

350.000

CLIENTI

170

MILIONI DI EURO DI ACQUISTI
E INVESTIMENTI IN ITALIA

322

MILIONI DI EURO DI
CONTRIBUTO AL VALORE
AGGIUNTO NAZIONALE

CLIENTI DOMESTICI
IN COMUNI NON METANIZZATI

40.000

25.000

AZIENDE SERVITE

128

COMUNI RIFORNITI
TRAMITE RETI CANALIZZATE

19.694

ORE DI FORMAZIONE EROGATE
AI PROPRI DIPENDENTI

3.965

POSTI DI LAVORO GENERATI

900.000

EURO DI INVESTIMENTI
SULLA SICUREZZA DEGLI
STABILIMENTI

LIQUIGAS

Da sempre l'energia di domani

493.91
37.22
320.000.000
355
400.35
153
320.000.000



REPORT DI
SOSTENIBILITÀ
2015

Lettera agli stakeholder

Gentili lettori,
negli ultimi anni la
sostenibilità è diventata

un tema sempre più strategico per Liquigas. Da impegno per la comunicazione e trasparenza verso tutti i nostri stakeholder, esplicitato ormai da quattro anni nella pubblicazione di questo report, si è trasformata in una chiave di lettura fondamentale che orienta le attività del business in un mondo e in un mercato attraversati da forti dinamiche evolutive.

“Sostenibilità” è oggi un termine dai molteplici significati per Liquigas. Significa sapere interpretare i bisogni dei clienti e rispondere alle loro esigenze offrendo “esperienze positive” di prodotto, di acquisto e di servizio. Vuole dire porre le basi per la competitività di lungo periodo dell'azienda, attraverso una strategia orientata all'efficienza, alla valorizzazione dei talenti e all'ottimizzazione della gestione del processo di distribuzione. È sinonimo, infine, di responsabilità a tutto tondo nei confronti dei portatori di interesse, nella gestione e monitoraggio degli impatti sociali e ambientali delle nostre attività.

La vicinanza al territorio, da sempre, è il filo conduttore del nostro impegno. L'energia è il motore della vita di tutti i giorni per le famiglie e le imprese: attraverso le sue soluzioni energetiche, Liquigas intende rappresentare un partner di fiducia per le aree non-metanizzate in tutto il Paese, sostenendo le

attività del territorio attraverso soluzioni energetiche sostenibili, flessibili e sicure. A partire da questa missione, **da oltre 80 anni Liquigas è una realtà che crea valore**. Nel 2015 abbiamo deciso di misurare questo valore attraverso un progetto di valutazione degli impatti economici diretti, indiretti e indotti della nostra organizzazione sul territorio nazionale.

Liquigas, infatti, contribuisce al benessere dell'Italia non solo in modo diretto attraverso la vendita di prodotti e servizi, ma anche tramite i suoi acquisti e investimenti e attraverso gli impatti generati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dalle persone che lavorano per Liquigas e per i suoi fornitori. Stiamo parlando di oltre 170 milioni di Euro tra acquisti e investimenti nel 2015, che hanno generato oltre **3.900 posti di lavoro**, con un contributo al PIL nazionale pari a 322 milioni di Euro e 90 milioni di Euro in contribuzione fiscale. Si tratta di numeri di rilievo, che sottolineano l'importanza della nostra azienda e del nostro settore quale **volano di crescita e occupazione a livello nazionale**. Numeri di cui non possiamo che dirci orgogliosi e che definiscono i confini della nostra responsabilità presente e futura: una responsabilità di sviluppo e di miglioramento continuo non solo per i nostri stakeholder interni ed esterni ma anche per il Sistema - Paese nel suo complesso.

È da queste premesse che intendiamo nei prossimi anni continuare a lavorare per **diffondere e promuovere l'uso del GPL e del GNL sul territorio** e per proseguire il percorso di innovazione della nostra offerta e della nostra organizzazione che abbiamo intrapreso ormai da alcuni anni. Efficienza energetica, digital innovation e progetti innovativi per le comunità locali sono solo alcuni dei capitoli su cui intendiamo ancora una volta rafforzare il nostro impegno: per contribuire alla crescita sostenibile, per essere sempre vicini al territorio.

Buona lettura,


Andrea Arzà
Amministratore Delegato



CHI SIAMO

01





Il GPL è in grado di ricoprire un ruolo fondamentale nel soddisfacimento del fabbisogno nazionale di energia in chiave sostenibile, collocandosi nel panorama energetico come vera e propria alternativa alle vecchie fonti fossili e alle fonti rinnovabili. La diffusione capillare di queste ultime su tutto il territorio nazionale, nonostante gli importanti passi avanti realizzati dal nostro Paese in questo senso, non potrà che avvenire nel medio-lungo periodo, mentre la necessità di contrastare l'inquinamento e i suoi effetti è un tema di stringente attualità. Proprio per questo, grazie ai numerosi vantaggi sia in termini di efficienza energetica, sia dal punto di vista della sostenibilità ambientale, il GPL rappresenta un perfetto combustibile alternativo e può giocare un ruolo centrale nel sostenere la richiesta energetica del Paese incentivando e sostenendo progressivamente l'abbandono graduale di fonti fossili tradizionali e inquinanti nell'importante fase di transizione energetica in corso.

Liquigas è il leader italiano nella distribuzione di GPL in serbatoi e bombole. L'obiettivo dell'azienda è contribuire allo sviluppo del territorio nazionale offrendo a tutte le zone non raggiungibili dalle reti tradizionali soluzioni energetiche sicure, efficienti e pulite.

L'azienda è una joint venture tra il Gruppo Brixia e la Società olandese SHV, uno dei leader mondiali nella distribuzione di GPL presente in oltre 27 paesi nel mondo in 3 continenti. Grazie a questa collaborazione, negli ultimi tre anni, Liquigas è entrata nel mercato del Gas Naturale Liquefatto (GNL), completando la sua offerta con servizi "chiavi in mano" per clienti alla ricerca di nuove forme di approvvigionamento energetico convenienti e a limitato impatto ambientale.

Attraverso una rete capillare di oltre 7.500 rivenditori, 7 uffici per il Servizio Clienti, 26 stabilimenti e depositi e oltre 50 uffici vendita, Liquigas serve circa **350.000 clienti** in tutta Italia e rappresenta un partner dell'energia sostenibile per le famiglie, le imprese e le comunità non allacciate alla rete a metano.

LA MISSION

Liquigas è un grande gruppo italiano che sostiene lo sviluppo delle comunità su tutto il territorio nazionale, attraverso un approvvigionamento energetico sicuro, efficiente e sostenibile.

LA VISION

Vogliamo rappresentare la migliore alternativa energetica per gli ambienti domestici ed industriali non raggiungibili dalle reti tradizionali. Ci impegniamo ogni giorno a concepire soluzioni innovative per le necessità dei nostri clienti e ad agire responsabilmente, nel rispetto per l'ambiente.

Nel corso degli anni, Liquigas ha condotto un piano di espansione che l'ha portata ad acquisire partecipazioni in 18 società. Nel 2015 sono state acquisite due società: Nuova Vefagas srl e Domusgpl srl, successivamente fuse con Liquigas.

SOCIETÀ PARTECIPATE

18

SOCIETÀ CONTROLLATE

- • 100% Butan Plin d.d. (Slovenia)
- • 100% Butan Plin d.o.o. (Croazia)
- • 96,34% Liquivex d.o.o. (Bosnia)

SOCIETÀ PARTECIPATE

- • Gasco Energy Limited (Malta)
- • Liquigas Malta Limited (Malta)
- • Energo Servizi S.r.l.
- • Seastok S.p.A.
- • Carini Gas S.r.l.
- • Ipem S.p.A.
- • Bimgas S.p.A.
- • Costiero Gas Livorno S.p.A.
- • Rebigas S.r.l.
- • Aregas S.p.A.
- • Liquigas Valtellina S.r.l.
- • Alanno Gas S.c.a.r.l.
- • Montemarciano Gas S.c.a.r.l.
- • Foligno Gas S.r.l.
- • SOGRAF S.r.l.

1.1 Numeri da leader

SOSTENIBILITÀ PER ...



Dati chiave 2015



CAPITOLO 04

RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ

-15,0%

COSTI DI ESERCIZIO DEGLI STABILIMENTI RISPETTO AL 2014

489,6

MILIONI DI EURO DI FATTURATO

NUMERI AMBIENTALI

-44,2%

CONSUMI D'ENERGIA RISPETTO AL 2014

-44,7%

EMISSIONI DIRETTE DI CO₂ RISPETTO AL 2014

21,0%

INDICE DI REDDITIVITÀ DEL CAPITALE INVESTITO (ROI) 2015 (+ 5 PUNTI PERCENTUALI SUL 2014)

-63,2%

PRODUZIONE DI RIFIUTI PERICOLOSI RISPETTO AL 2014

200.000

EURO DI INVESTIMENTI PER L'AMBIENTE

877

DIPENDENTI

19.694

ORE DI FORMAZIONE EROGATE

NUMERI LEGATI ALLA SALUTE E ALLA SICUREZZA

900.000

EURO DI INVESTIMENTI SULLA SICUREZZA NEGLI STABILIMENTI

95

AUDIT DI SALUTE E SICUREZZA COMPLESSIVI

275.000

EURO INVESTITI IN ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

-37,0%

GIORNATE DI LAVORO PERSE DAI DIPENDENTI RISPETTO AL 2014

1.200

ORE DI FORMAZIONE EROGATE AGLI AUTISTI LIQUIGAS SULLE ATTIVITÀ DI SVUOTAMENTO DEI SERBATOI

AGIRE IN MODO RESPONSABILE



CAPITOLO 05

1.2 La nostra energia

IL POTERE CALORIFICO DI GNL E GPL¹

GNL 15,4
KWH/KG

GPL 14,0
KWH/KG

BTZ 11,9
KWH/KG

•• Per ottenere l'equivalente del calore prodotto con 1 kg di GPL servono:



2,87 kg di legna



2 kg di carbone



1,1 kg di gasolio

Fonte: elaborazioni Liquigas su norma UNI EN ISO 6976:2008, banca dati Innovhub-SSI, dati ENEA, Edison, GLE e Carbon Trust.

¹ PCS (potere calorifico superiore)

GPL e GNL sono tra i combustibili di origine fossile più sicuri, sostenibili e versatili.

•• GPL significa **Gas di Petrolio Liquefatti**; i suoi componenti principali sono il propano e il butano. È atossico, ha un forte potenziale di stoccaggio e un elevato potere calorifico: per potenza energetica, infatti, supera il carbone, la legna e il gasolio. Queste caratteristiche lo rendono una fonte ideale per soddisfare i bisogni energetici delle aree non raggiunte dalla rete del metano.

•• Il **Gas Naturale Liquefatto** (GNL) è composto dal 90 al 99% di metano, è atossico, non corrosivo, non produce polveri o fumi tossici e si distingue per un elevato potere calorifico: queste caratteristiche lo rendono particolarmente adatto per rispondere alle esigenze di realtà imprenditoriali e industriali caratterizzate da un significativo fabbisogno energetico.

A partire dalle caratteristiche di queste fonti di energia, Liquigas offre soluzioni personalizzate e in grado di rispondere alle esigenze di approvvigionamento più diversificate.



TIPOLOGIA DI PRODOTTO

BOMBOLE



SERBATOI CASA E PICCOLE ATTIVITÀ



IMPIANTI INDUSTRIALI



RETI CANALIZZATE



DESCRIZIONE

•• La gamma comprende bombole di propano e di miscela disponibili in un'ampia varietà di formati, per consentire ai clienti di trovare la taglia giusta per soddisfare i loro diversi fabbisogni. Tutte le bombole Liquigas sono dotate di dispositivi di sicurezza, per tutelare il cliente in ogni fase di utilizzo del prodotto.

•• Liquigas è attiva nell'installazione di serbatoi dai 1.000 ai 12.500 litri di capacità, fuori terra o interrati. Per ogni nuovo impianto, tecnici specializzati effettuano sopralluoghi preliminari per guidare i clienti nelle loro scelte e per verificare l'esistenza delle condizioni per la posa. I serbatoi sono sottoposti a controlli e verifiche da parte degli enti preposti, hanno un numero di identificazione che li rende unici e riconoscibili e vengono collaudati rispettando tutte le norme di riferimento.

•• Liquigas ha creato un team di professionisti sul territorio, specializzati nella gestione delle esigenze delle realtà industriali, con l'obiettivo di fornire un servizio di consulenza energetica e soluzioni specifiche per le aziende. Avvalendosi anche di un network di partner qualificati, Liquigas offre ai clienti soluzioni personalizzate, finalizzate ad ottenere un'ottimizzazione dei consumi e a ridurre gli impatti ambientali.

•• Liquigas progetta, realizza e gestisce reti canalizzate per la distribuzione del GPL. Le reti vengono progettate, in base alle caratteristiche del territorio e in modo da poter sostenere tutte le possibili richieste di energia: dalle singole abitazioni alle attività artigianali, dalla piccola industria all'agricoltura, dalla ristorazione al settore alberghiero. Tutte le reti sono realizzate con la massima attenzione per la sicurezza delle persone e dell'ambiente e nello scrupoloso rispetto degli obblighi di legge.

1.3 I nostri valori

 01	 02	 03	 04	 05	 06	 07	 08
VISIONE Comunichiamo gli obiettivi finali di ogni iniziativa, illustrando conseguenze e benefici di ciò che si fa.	FLESSIBILITÀ Rispondiamo in tempi rapidi sapendo adattarci a nuove esigenze senza ancorarci ad abitudini rigide e non appropriate.	COERENZA Agiamo con integrità e lealtà in coerenza con quanto diciamo argomentando chiaramente eventuali cambiamenti di orientamento.	COINVOLGIMENTO Rafforziamo lo spirito di squadra lavorando con le persone in termini di loro sviluppo personale e miglioramento, sapendo dare fiducia al loro impegno.	CORAGGIO Accettiamo le sfide senza evitare le difficoltà e ci mettiamo in discussione, esprimendo le nostre idee e prendendocene la responsabilità.	PASSIONE Mettiamo il cuore in tutto quello che facciamo senza risparmiarci, trasmettendo energia ed entusiasmo agli altri attraverso la capacità di condividere intenti e successi.	ASCOLTO Manifestiamo tangibilmente la nostra disponibilità all'ascolto, riservando regolarmente uno spazio per le nostre persone, aperti a un genuino confronto.	EQUITÀ Trattiamo in modo uniforme i collaboratori, comunicando in modo univoco obiettivi e regole e spiegando in modo aperto se qualcosa non va.

Operare nella promozione della legalità e dell'etica è una priorità per Liquigas. L'impegno per un'azione responsabile a tutti i livelli è promosso, dal 2011, anche attraverso il **Codice Etico**, uno strumento rivolto a dipendenti, clienti, fornitori, istituzioni, azionisti e amministratori, che raccoglie i valori e i principi di condotta che ispirano lo svolgimento delle attività aziendali.

L'azienda dispone di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01, che regola le attività di individuazione e progressivo aggiornamento delle aree esposte al rischio di commissione di reati, di formazione e prevenzione e di definizione di un sistema disciplinare e sanzionatorio. Per rafforzare

il modello, nel 2015, Liquigas ha iniziato ad elaborare una **policy antifrode** e una **policy anticorruzione**. Questi documenti intendono fornire ulteriori linee guida per la diffusione sempre più vasta e partecipata di una cultura della legalità all'interno dell'azienda.

In ambito di **antitrust**, è stata richiesta un'autocertificazione a tutti i dirigenti ed ai componenti della Direzione Regionale, con l'obiettivo di sensibilizzarli sulle regole vigenti. Inoltre, gli autisti e gli operai di 5 **società "sensibili"** – aziende nelle quali Liquigas detiene partecipazioni insieme a soggetti concorrenti – hanno ricevuto un **corso di formazione** in aula sulle norme di comportamento in materia. Anche grazie a questi sforzi, come già nel 2014, nel 2015

Liquigas non è stata soggetta ad alcuna azione legale riguardante comportamenti anticoncorrenziali, a conferma del fatto che legalità ed etica sono valori estremamente diffusi e condivisi all'interno dell'ecosistema aziendale.

Da gennaio, inoltre, è attivo **Liquialert**, un sistema di segnalazione che consente ai dipendenti di riportare anonimamente eventuali abusi o violazioni del Codice Etico, delle norme di sicurezza o di altre policy aziendali. Le segnalazioni sono automaticamente inoltrate via mail al Presidente dell'Organismo di Vigilanza, che procede ad attuare le verifiche del caso e a suggerire eventuali sanzioni. Il sistema è oggi accessibile a tutti i dipendenti sulla intranet aziendale, ed è stato accompagnato

dalla pubblicazione di una **procedura** che specifica i ruoli, le responsabilità interne, i casi e le tempistiche per effettuare le segnalazioni. Nel corso del 2015, sono state ricevute 4 segnalazioni, che hanno portato alla verifica di un caso di presunta frode e di un caso su presunti comportamenti non corretti. L'utilizzo di questo strumento è stato accompagnato da **attività di formazione**, che hanno coinvolto 256 collaboratori, soprattutto autisti ed operai.

Infine, sempre nel corso dell'anno, tutta la forza commerciale è stata formata sui nuovi contenuti del **modello di privacy cliente**, strumento aggiornato nel corso del 2015, per promuovere la tutela dei dati personali degli utenti attraverso il coinvolgimento di diverse funzioni aziendali.

1.4 Il governo e la gestione aziendale

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- Paolo Zani
Presidente
- John Kenneth Wilson
Vice Presidente
- Andrea Arzà
Amministratore Delegato
- Franck Eric Bruneau
Amministratore
- Paolo Dal Lago
Amministratore
- Patrick Joseph Kennedy
Amministratore
- Carolina Zani
Amministratore

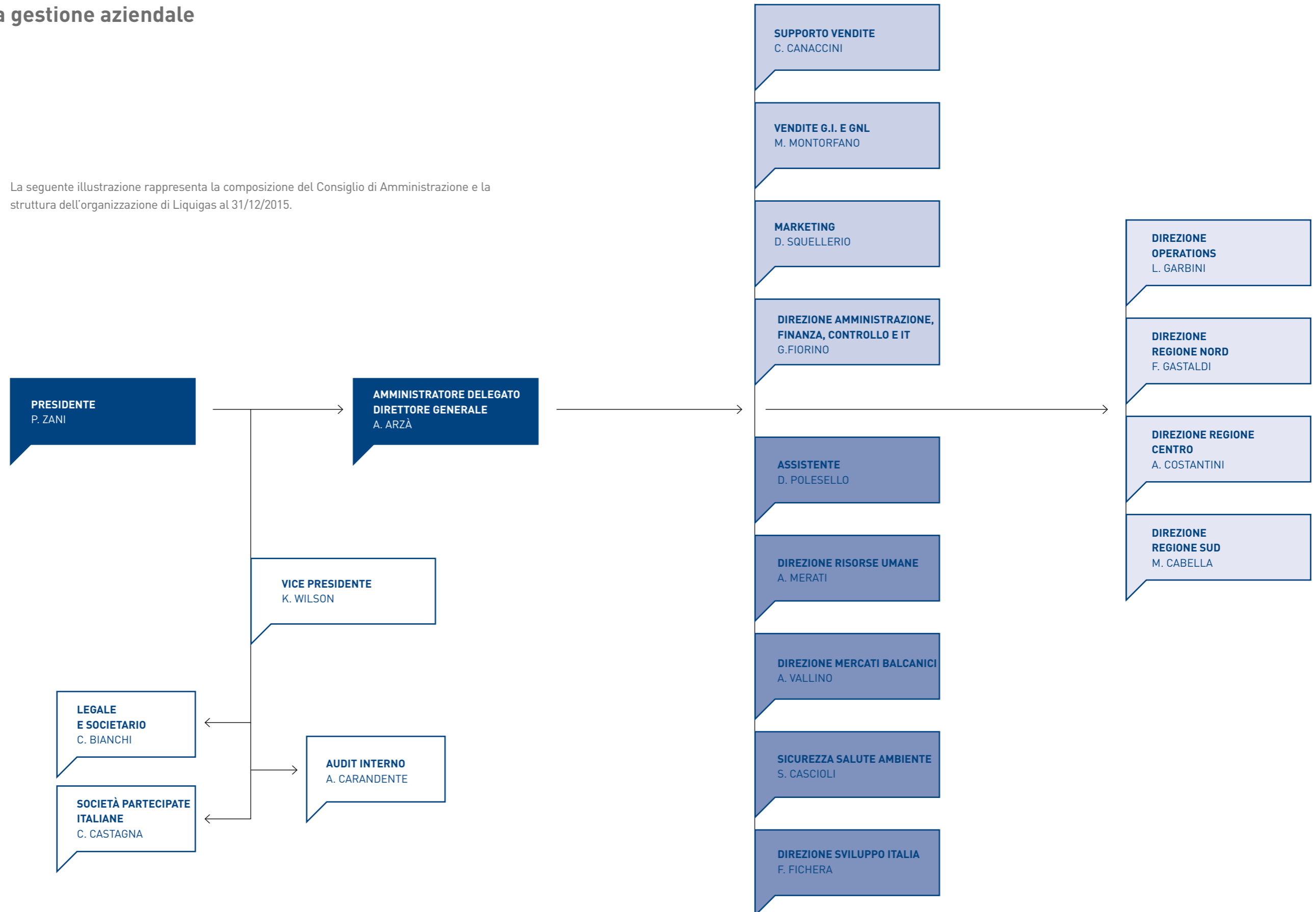
COLLEGIO SINDACALE

- Paolo Zani
Presidente e Sindaco Effettivo
- Massimo Bianchi
Sindaco Effettivo
- Paolo Antonio Comuzzi
Sindaco Effettivo

ORGANISMO DI VIGILANZA

- Patrizio La Rocca
Presidente
- Claudio Bianchi
Componente
- Alessandra Carandente
Componente Interno

La seguente illustrazione rappresenta la composizione del Consiglio di Amministrazione e la struttura dell'organizzazione di Liquigas al 31/12/2015.



1.5 L'approccio alla sostenibilità

CREARE VALORE PER IL TERRITORIO

Liquigas vuole contribuire al benessere e allo sviluppo socio-economico dell'Italia e intende rappresentare un partner fidato per le famiglie e le imprese situate nelle aree non-metanzizzate, sostenendo le loro attività e progetti tutti i giorni.

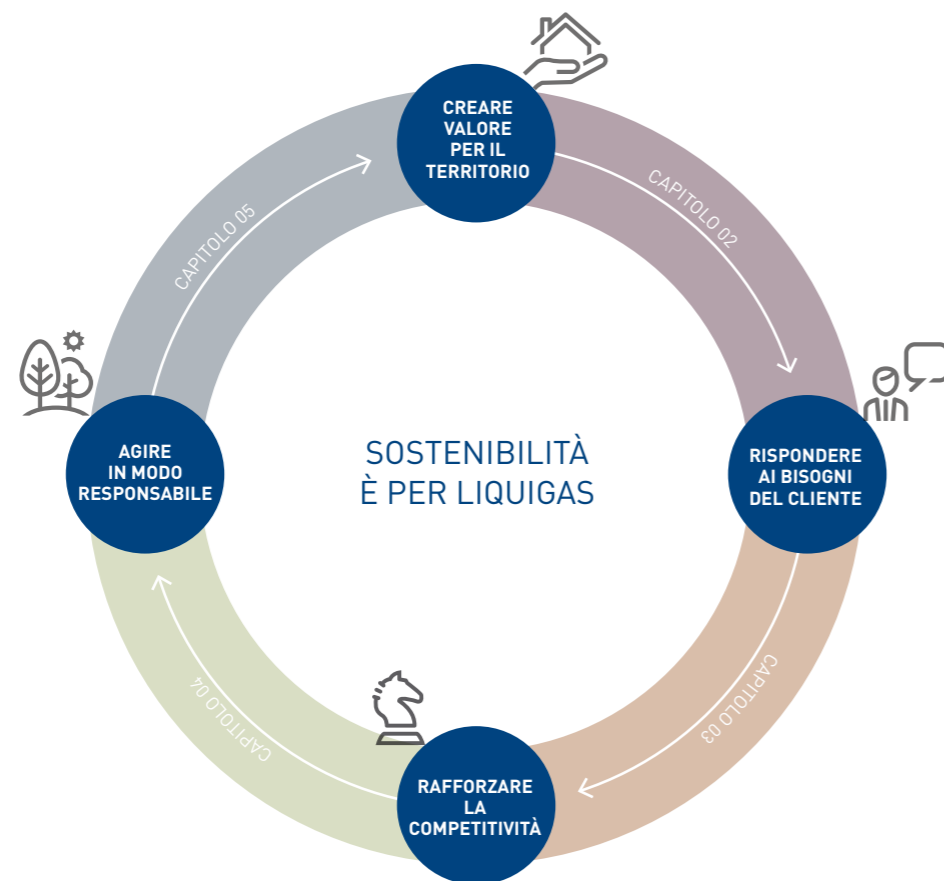


RISPONDERE AI BISOGNI DEL CLIENTE

Attraverso i suoi prodotti e servizi, Liquigas intende rispondere esigenze dei clienti domestici e industriali, fornendo un'energia sempre sicura e sostenibile e lavorando per migliorare costantemente i servizi offerti ai clienti.



Sostenibilità è per Liquigas un impegno concreto che si articola lungo 4 assi strategici.



La gestione della sostenibilità in azienda passa per il **Comitato di Sostenibilità**, organo interno che riunisce le principali funzioni aziendali e risponde direttamente all'Amministratore Delegato. Il compito del Comitato consiste nell'individuazione di nuove opportunità legate alla sostenibilità e nel monitoraggio delle performance aziendali su questi temi.

Liquigas, inoltre, promuove attivamente l'impegno per lo sviluppo sostenibile all'interno di Assogasliquidi, l'associazione di categoria che rappresenta le imprese del comparto distribuzione di GPL e GNL. Dal 2012, l'azienda è membro di **Responsible**

Care, iniziativa promossa da Federchimica che mira a promuovere la sicurezza e la salute dei lavoratori e dei processi produttivi, la gestione responsabile del prodotto e un'attenzione costante alla protezione dell'ambiente.

Dal 2013, ogni anno, Liquigas pubblica questo report con l'obiettivo di fornire a tutti gli stakeholder un quadro chiaro ed aggiornato dei progetti, delle performance e degli impegni sulla sostenibilità. Il documento è preparato in accordo con le linee guida della **Global Reporting Initiative**, il principale punto di riferimento internazionale in materia di reporting extra-finanziario.

RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ

Liquigas si impegna a promuovere la qualità, l'innovazione e l'efficienza attraverso l'ascolto dei clienti, la valorizzazione delle risorse e il dialogo lungo la catena di fornitura.



AGIRE IN MODO RESPONSABILE

Sostenibilità è per Liquigas un impegno a monitorare, gestire e minimizzare i propri impatti sul territorio, nella trasparenza e nel dialogo con tutti gli stakeholder locali e istituzionali.






CREARE
VALORE
PER IL
TERRITORIO

02





La sostenibilità ed il rispetto dell'ambiente sono valori fondanti della strategia di impresa per Liquigas, da sempre impegnata nella tutela e nella valorizzazione delle comunità non raggiunte dalla rete del metano. La partnership che abbiamo stipulato rappresenta per Terranostra un segno incoraggiante di volontà costruttiva e di coesione associativa nei confronti delle nostre aziende agrituristiche, fattori entrambi decisivi per il superamento delle difficoltà economiche contingenti che possono incontrare le aziende stesse nell'approvvigionamento energetico. Il mio auspicio pertanto, è che il contenuto dell'accordo trovi un largo consenso in tutti gli ambienti imprenditoriali che aderiscono alla rete degli agriturismi di Campagna Amica promossi da Terranostra, e ne susciti un immediato apprezzamento.

ALESSANDRO CHIARELLI, PRESIDENTE DI TERRANOSTRA
21 OTTOBRE 2015, EXPO MILANO
EVENTO "LIQUIGAS E TERRANOSTRA INSIEME PER GLI AGRITURISMI"

2.1 Energie al servizio della comunità

Secondo recenti stime del Ministero dello Sviluppo Economico e di Assogasliquidi, nel 2015 più di 7 milioni di famiglie hanno utilizzato il GPL per riscaldarsi, cucinare o produrre acqua. In questo numero sono incluse oltre 4 milioni di persone che vivono nei 1.300 Comuni italiani non allacciati alla rete del metano. Si tratta di realtà territoriali che spesso soffrono di una fornitura elettrica inaffidabile o poco efficiente. Ciò è particolarmente problematico, se si pensa che le aree rurali in Italia contribuiscono al 42% del PIL nazionale¹.

Il settore agricolo, in particolare, è uno dei motori del made in Italy: nel primo trimestre 2015, è stato il comparto che ha registrato

l'incremento del PIL più elevato, con una crescita di circa il 6%, in controtendenza rispetto ai trend registrati a livello Paese². Una crescita dovuta anche a livelli di export da record – 36 miliardi di Euro – che sottolineano quanto i prodotti italiani siano sempre più apprezzati all'estero³. L'Italia è infatti il Paese europeo con il maggior numero di prodotti agroalimentari a denominazione di origine e a indicazione geografica riconosciuti dall'Unione europea: sono 280 i prodotti DOP, IGP, STG e 523 i vini DOCG, DOC, IGT⁴.

Si stima che questi numeri siano destinati ad aumentare. La crescita del settore agricolo, infatti, ha creato 83.000 posti di lavoro solo nel primo semestre del 2015⁵. Inoltre, negli ultimi anni, stiamo assistendo al fenomeno del cosiddetto "ritorno alle campagne", che ha coinvolto migliaia di persone, per la maggior parte giovani in cerca di lavoro e realizzazione personale. Gli under 35 che operano come imprenditori, coadiuvanti familiari e soci di cooperative agricole hanno superato le 70.000 unità: il 15% delle persone che compiono questa scelta è laureato e il 68% è in possesso di un diploma superiore⁶.

In questo contesto, uno dei principali obiettivi di Liquigas è garantire una presenza capillare sul territorio, continuando a

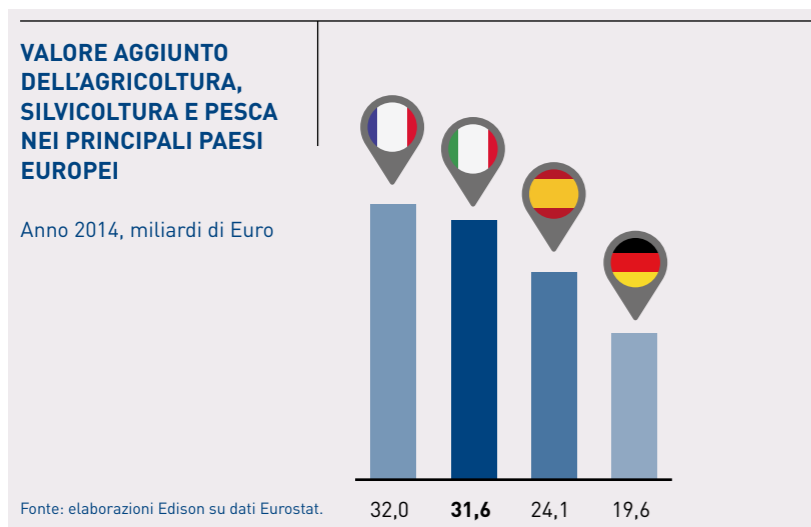
essere un alleato per le comunità locali che contribuisce al loro sviluppo e benessere. Infatti, la promozione della sostenibilità lungo l'intera catena del valore e il sostegno allo sviluppo in tutto il territorio delle comunità non raggiunte dalla rete a metano fanno parte del DNA dell'azienda e del suo ruolo di consulente energetico.

Proprio per questo, negli ultimi anni Liquigas ha promosso una serie di iniziative volte a beneficiare i circa 20.000 clienti che usufruiscono delle 286 reti canalizzate dell'azienda, come il Progetto FREE (Future of Rural Energy in Europe), promosso da SHV a livello europeo, che si rivolge alle autorità locali promuovendo l'uso di GPL e GNL come fonti energetiche sostenibili e definendo iniziative che accrescano il benessere della comunità attraverso un ridotto impatto ambientale.

Nel corso del 2015 Liquigas ha rafforzato il suo impegno su questi temi. Grazie a un **nuovo protocollo d'intesa** con **Ancitel Energia & Ambiente S.p.A.** – società dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) che realizza progetti e fornisce servizi ambientali per i Comuni – Liquigas si appresta ad avviare iniziative di sensibilizzazione a livello istituzionale e territoriale sui vantaggi dell'uso del GPL e GNL nei Comuni piccoli o non-

metanizzati. Tutti i Comuni italiani riceveranno comunicazioni periodiche e un kit informativo sui vantaggi legati all'uso di questi combustibili. Si prevede, inoltre, la realizzazione di seminari tecnici in sedi riconosciute e la realizzazione di un'indagine per verificare la conoscenza e la predisposizione dei territori comunali all'accettazione di GPL e GNL.

Liquigas vuole essere partner di uno sviluppo sostenibile a livello locale, soprattutto in realtà rurali dove l'attività agrituristica è fortemente presente. In continuità con quest'impegno, durante l'anno, l'azienda ha siglato una **convenzione con Terranostra**, l'associazione degli agriturismi di Coldiretti, fortemente impegnata nella sostenibilità e nella tutela del territorio. L'obiettivo dell'accordo, presentato ufficialmente a EXPO, è facilitare il passaggio delle strutture agrituristiche al GPL. Tramite un'offerta dedicata che prevede condizioni economiche esclusive e vantaggiose, gli agriturismi associati potranno avvalersi di sconti e voucher sugli acquisti di apparecchiature, proporzionati ai loro livelli di consumo. In parallelo, Liquigas e Terranostra collaboreranno per la realizzazione di attività congiunte finalizzate alla promozione del rispetto dell'ambiente, alla valorizzazione del territorio e alla diffusione di pratiche di sviluppo sostenibile.



¹ OCSE (2009). "OECD Rural Policy Reviews: Italy". Disponibile su: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oced/urban-rural-and-regional-development/oced-rural-policy-reviews-italy-2009_9789264056237-en#page1

² Elaborazioni Coldiretti su dati Istat. Disponibili su: <http://www.coldiretti.it/News/Pagine/364-%E2%80%93-29--Maggio-2015.aspx>

³ Fondazione Symbola (2015). "GreenItaly Report 2015". Disponibile su: http://www.symbola.net/assets/files/rapportogreenitaly2015%20BASSA_1447064245.pdf

⁴ Dati Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali. Disponibili su: <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/309>

⁵ Il Sole 24 Ore: <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2015-06-04/lombardia-ritorno-terra-boom-24per cento-lavoro-agricolo-233230.shtml?uuiid=ABW0NpsD>

⁶ Dati Coldiretti Lombardia per Il Sole 24 Ore, citati in: <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2015-06-04/lombardia-ritorno-terra-boom-24per cento-lavoro-agricolo-233230.shtml?uuiid=ABW0NpsD>

2.2 La valutazione degli impatti diretti, indiretti e indotti

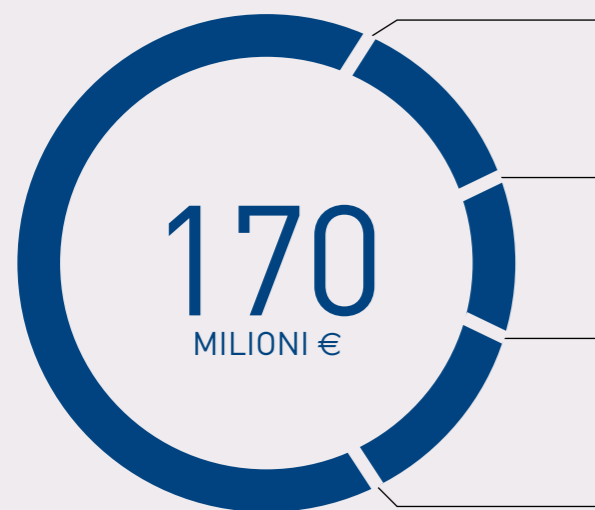
Nel 2015 Liquigas ha condotto uno studio, con l'ausilio della società di consulenza EY, al fine di valutare il proprio contributo economico e sociale al Paese in termini di **impatto occupazionale, contribuzione al PIL e contribuzione fiscale**.

L'analisi risponde alla volontà di fornire una rendicontazione più ampia degli impatti derivanti dal proprio operato, non limitata

al solo **impatto diretto**, ma estesa anche al valore generato lungo la propria catena di fornitura, attraverso l'acquisto di beni e servizi necessari alla propria attività di business (**impatto indiretto**) e agli impatti generati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati diretti ed indiretti attraverso le spese per consumi finali (**impatto indotto**).

ACQUISTI IN ITALIA

LE PRINCIPALI VOCI DI SPESA IN ITALIA



- **54 milioni €**
spesi nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio
- **27 milioni €**
spesi nel settore dei trasporti via terra
- **25 milioni €**
spesi in attività di raffinazione del petrolio
- **14 milioni €**
spesi in riparazioni e installazioni di macchinari e apparecchiature

GLI IMPATTI IN SINTESI

IMPATTI DIRETTI



IMPATTI INDIRETTI



IMPATTI INDOTTI



COSA SIGNIFICA IN PRATICA

IN TERMINI DI IMPATTI OCCUPAZIONALI

- 12 posti di lavoro attivati indirettamente all'interno dell'economia italiana, ogni milione di € speso da Liquigas lungo la catena di fornitura
- 15 posti di lavoro attivati per ogni milione di € speso dai consumatori attivati direttamente ed indirettamente
- 4 posti di lavoro attivati per ogni dipendente di Liquigas

IN TERMINI DI CONTRIBUTO AL PIL

- 0,7 milioni € di valore aggiunto generato indirettamente all'interno dell'economia italiana, ogni milione di € speso da Liquigas lungo la catena di fornitura
- 0,8 milioni € di valore aggiunto generato per ogni milione di € speso dai consumatori attivati direttamente ed indirettamente
- 1,2 milioni € di valore aggiunto generato per ogni milione di € di valore aggiunto di Liquigas

IN TERMINI DI CONTRIBUTO ALLE CASSE DELLO STATO

- 0,2 milioni € di contributi fiscali versati indirettamente all'interno dell'economia italiana, ogni milione di € speso da Liquigas lungo la catena di fornitura
- 0,2 milioni € di contributi fiscali versati per ogni milione di € speso dai consumatori attivati direttamente ed indirettamente



RISPONDERE
AI BISOGNI
DEL CLIENTE

03





Dalla stufa a legna siamo passati al GPL di Liquigas: l'energia pulita che ci permette di rendere confortevole il nostro agriturismo anche nelle più rigide giornate invernali.



MARCO TINOR
AGRITURISMO PIAN DEI TASS (BARCIS, PN)

3.1 Sostenibilità e sicurezza dei prodotti: due esigenze emergenti

Tutela dell'ambiente e sicurezza dei prodotti sono due delle esigenze fondamentali che oggi le aziende devono tenere in considerazione nel rapportarsi ai clienti e al mercato. Si tratta di fenomeni la cui conoscenza non è sempre diffusa a livello di grande pubblico⁷, ma su cui è importante che i player di settore attivino campagne informative e proposte mirate, per diffondere una migliore consapevolezza delle proprietà di GPL e GNL e degli accorgimenti necessari a un loro uso in sicurezza.

In ambito ambientale, il **riscaldamento globale** legato alle emissioni di CO₂ in atmosfera e il **peggioramento della qualità dell'aria** sono due fenomeni particolarmente importanti. Il cambiamento climatico è un tema su cui, nell'ultimo anno, si è concentrata l'attenzione dei media e delle istituzioni. Con la **Conferenza di Parigi** di dicembre 2015 è stato sottoscritto da circa

duecento governi un documento che si pone l'obiettivo di "accelerare la riduzione delle emissioni dei gas a effetto serra". L'accordo prevede anche che i paesi di vecchia industrializzazione erogino mille miliardi di Euro all'anno (dal 2020) per promuovere in tutto il mondo le tecnologie a basso impatto ambientale e la green economy. Da qui è emerso un nuovo impulso per promuovere e favorire la sostituzione di combustibili fossili tradizionali con combustibili più sostenibili, anche a livello locale.

L'Italia è, inoltre, tra i paesi UE più colpiti dall'emissione di polveri sottili (PM₁₀ e PM_{2,5}), particelle solide e liquide disperse nell'atmosfera cui sono legate patologie acute e croniche respiratorie e cardio-circolatorie, come asma, allergie e bronchiti⁸.

I dati dell'Agenzia Europea per l'Ambiente (EEA), evidenziano infatti come il nostro Paese registri il **maggior numero di morti**

premature dovute all'inquinamento in Europa: ben 84.400 ogni anno, pari alla popolazione della città di Como. Di questi decessi, 59.500 sono direttamente attribuibili alle cosiddette "polveri sottili". Oltre alle emissioni dei trasporti e di origine industriale, il riscaldamento residenziale, soprattutto a **biomasse**, è tra i principali responsabili di questo fenomeno: dalla combustione delle biomasse infatti deriva il 99% delle emissioni di PM_{2,5}⁹ con consumi che, secondo un recente studio dell'ENEA, sarebbero più che sestuplicati dal 2002 al 2013, anche a causa di un regime fiscale agevolato.

La **sicurezza di prodotti e servizi** è un tema altrettanto rilevante. Pur in uno scenario di relativa stagnazione del numero degli eventi incidentali in Italia, l'**utilizzo scorretto o l'errata manovra, accompagnati dalla disattenzione nell'uso degli apparecchi**

a GPL, sono state, nel 2015, la principale causa (37%) d'incidente secondo i dati dell'Osservatorio UNI-CIG. La carenza di **manutenzione, l'installazione irregolare** e il malfunzionamento degli apparecchi hanno causato rispettivamente il 17%, l'8% e il 12% degli incidenti: ciò dimostra l'importanza della sensibilizzazione dei cittadini sul corretto uso delle bombole e dei serbatoi.

Il **riempimento illegale delle bombole** è una delle cause più facilmente evitabili di infortunio. Si tratta di una pratica effettuata soprattutto presso le stazioni di servizio che utilizzano il GPL per autotrazione: le bombole vengono riempite al di là dei limiti di sicurezza e ciò implica un pericoloso aumento della pressione interna e del calore, con forte rischio di esplosione. L'azione degli operatori per scoraggiare queste pratiche è fondamentale per una cultura della legalità diffusa.

⁷ Un fenomeno denunciato anche da una recente ricerca Eurisko GfK, che cita come solo il 30% dei cittadini italiani sa, anche solo vagamente, cosa sia il GPL. Fonte: Eurisko GfK, 2012. "Indagine GPL, le consapevolezze degli italiani, il livello di accoglienza, la reputation".

⁸ European Environment Agency, 2016. "Premature deaths attributable to air pollution". Disponibile su: <http://www.eea.europa.eu/media/newsreleases/many-europeans-still-exposed-to-air-pollution-2015/premature-deaths-attributable-to-air-pollution#parent-fieldname-title>

⁹ ENEA, 2015. "Gli Impatti Energetici e Ambientali dei Combustibili nel Settore Residenziale".

CHE COS'È IL PM₁₀

Frazioni di polveri sottili inalabili, con un diametro inferiore a 10 µ (*)



L'ACCUMULO



• È favorito dalla **stabilità** delle condizioni atmosferiche che si verifica soprattutto d'**inverno**

VENGONO EMESSE DA



• Scarichi di auto



• Impianti di riscaldamento



• Processi industriali e artigianali

I VALORI LIMITE



• **Media 24 ore 50 µg/m³*** da non superare più di 35 volte per anno civile



• **Media annua 40 µg/m³***

I RISCHI



• Effetti sulle **vie respiratorie** e sul sistema **cardiocircolatorio**, a causa dell'alta capacità di penetrazione

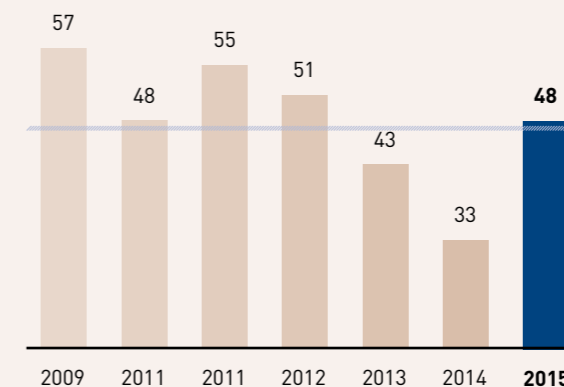


• Ad **elevate concentrazioni** portano alla morte

LIMITE PM₁₀

Numero di città che hanno superato il limite di 35 giorni all'anno per il PM₁₀ dal 2009 al 2015.

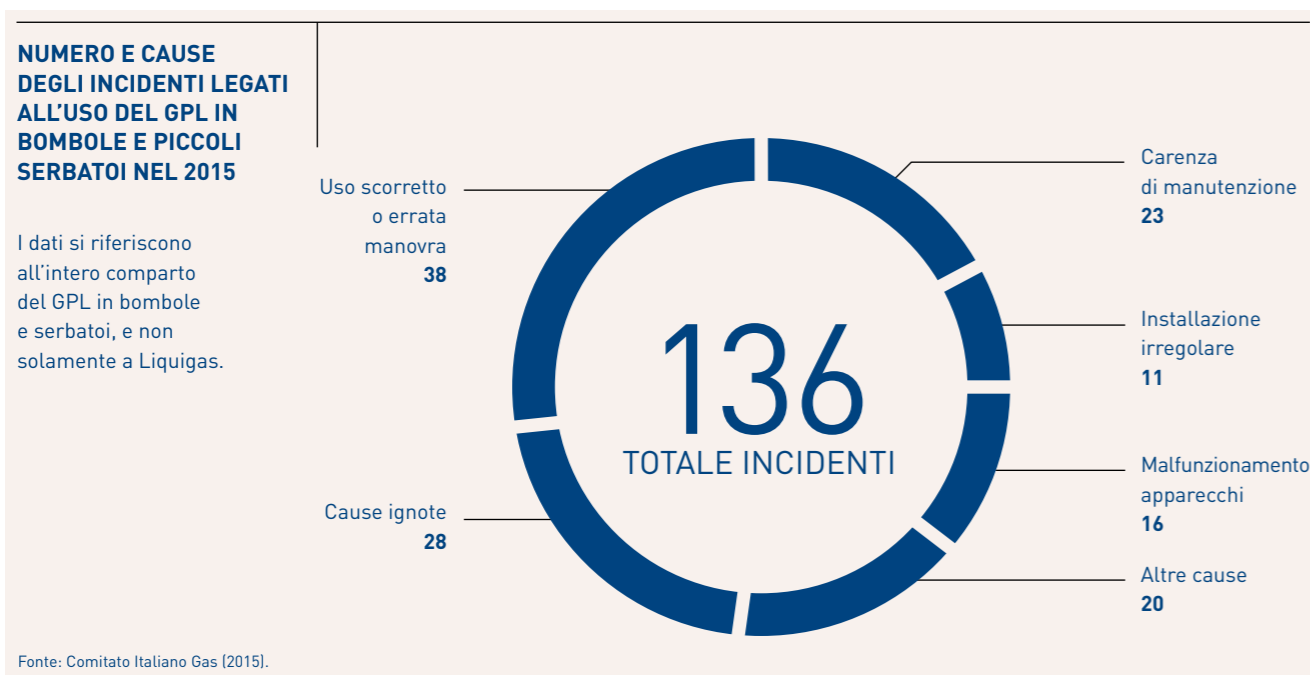
La linea rappresenta la media delle città sopra il limite nei sette anni considerati.



Fonte: Legambiente, Rapporto "Mal'aria di città 2016".

* 1 micron - 1 millesimo di millimetro - 1 microgrammo - 1 millesimo di grammo
Fonte: ANSA 2015.

3.1 Sostenibilità e sicurezza dei prodotti: due esigenze emergenti



Liquigas risponde alla sfida dell'inquinamento e della sicurezza attraverso i suoi prodotti. Sul fronte ambientale, l'azienda intende promuovere e sensibilizzare gli utenti sulle proprietà ambientali di GPL e GNL in quanto **soluzioni energetiche sostenibili** a basso fattore emissivo. Liquigas intende inoltre svolgere un ruolo da **leader** in tema di **sicurezza dei prodotti**, promuovendo controlli mirati e la cultura della sicurezza e della legalità lungo tutta la catena di fornitura, non solo assicurando il rispetto di tutte le normative e gli standard vigenti, ma anche realizzando iniziative di carattere volontario per andare oltre i requisiti di legge.



3.2 Soluzioni energetiche sostenibili

PROMUOVERE LA TUTELA DELL'AMBIENTE A PARTIRE DAL CLIENTE

Liquigas contribuisce alla risoluzione delle sfide in atto sul fronte ambientale promuovendo l'uso di **GPL** e **GNL** quali fonti energetiche a **bassi livelli emissivi** in termini di CO₂ e a fattori d'emissione per PM₁₀ e PM_{2,5} prossimi allo zero.

Promuovere la tutela ambientale significa per Liquigas anche innovare l'**offerta** per renderla flessibile, personalizzata e integrata, attraverso la progressiva introduzione di prodotti e servizi che sempre meglio rispondano alle esigenze dei clienti. Per Liquigas proteggere le risorse naturali tramite i prodotti è infatti un obiettivo da perseguire secondo criteri di **economicità** per il cliente.

Per raggiungere questo traguardo, l'azienda infatti lavora costantemente alle proprie offerte, per rendere vantaggioso il passaggio da fonti a maggiore impatto ambientale, come ad esempio il gasolio. Liquigas inoltre arricchisce quest'approccio fornendo servizi di supporto in ambito di efficienza energetica.

Da alcuni anni, ad esempio, sul segmento industriale, Liquigas svolge, prima della realizzazione degli impianti, audit sui consumi di energia in collaborazione con partner qualificati. Queste verifiche conducono alla messa a punto di piani energetici che integrano le



soluzioni proposte con accorgimenti mirati a supportare il cliente in un **programma** di efficientamento **complessivo**.

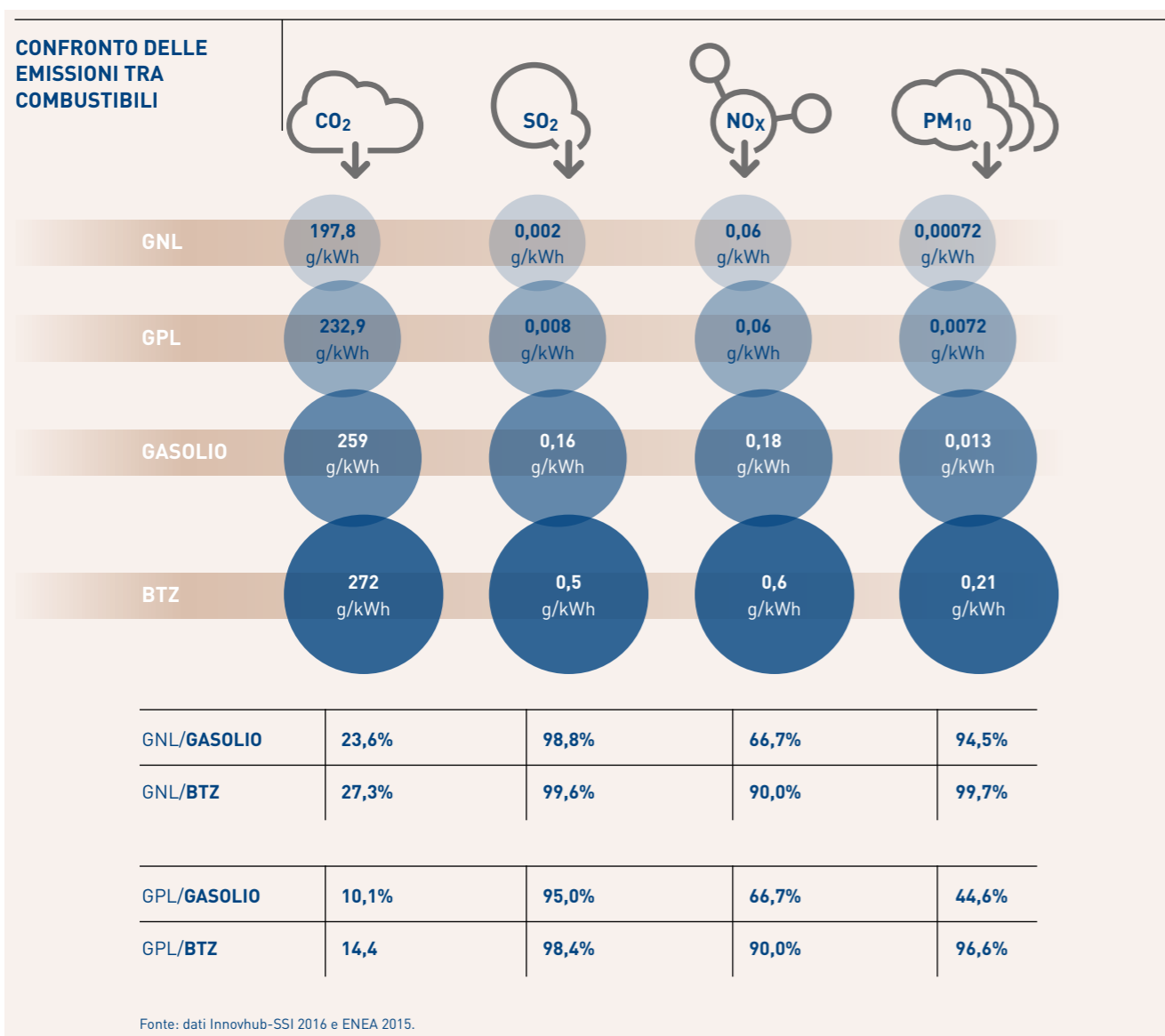
3.2 Soluzioni energetiche sostenibili

¹ La metodologia utilizzata per calcolare i risparmi appena citati è inserita nella Nota Metodologica a pag. 85.

GPL E GNL: LE FONTI NON RINNOVABILI PIÙ SOSTENIBILI

GPL e GNL sono le **fonti non rinnovabili più sostenibili** e soluzioni ideali per supportare la transizione verso la low carbon economy. Non hanno impatti

sulla salute delle persone con livelli quasi pari a zero di emissioni di polveri sottili, generano emissioni limitate di SO₂ e NO_x e minori emissioni di CO₂ e non hanno un impatto su suolo, sottosuolo e falde acquifere.



Per comprendere gli impatti dei propri prodotti, nel corso del 2015, Liquigas ha avviato un'analisi sui benefici ambientali generati dal passaggio dei nuovi clienti da olio combustibile (BTZ) e gasolio a GPL e GNL in termini di riduzione delle emissioni

di anidride carbonica (CO₂) e polveri sottili (PM₁₀)¹.

Lo switch dei consumi è collegato a importanti benefici per l'ambiente. Come evidenziato dalle tabelle di seguito riportate, sono state

EMISSIONI EVITATE DI CO₂ E PM₁₀ NEL PASSAGGIO DA GASOLIO E BTZ A GPL E GNL

SWITCH AL GPL

	Emissioni prodotte dai clienti industriali e domestici che utilizzavano Gasolio	Emissioni prodotte dai clienti industriali e domestici che utilizzano GPL	Emissioni risparmiate per il passaggio da Gasolio a GPL	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzavano BTZ	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzano GPL	Emissioni risparmiate per il passaggio da BTZ a GPL
Emissioni di CO₂ (t)	1.862	1.674	-188 (-10,1%)	1.125	963	-162 (-14,4%)
Emissioni di PM₁₀ (kg)	93	52	-41 (-44,4%)	868	30	-838 (-96,6%)

SWITCH AL GNL

	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzavano Gasolio	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzano GNL	Emissioni risparmiate per il passaggio da Gasolio a GNL	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzavano BTZ	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzano GNL	Emissioni risparmiate per il passaggio da BTZ a GNL
Emissioni di CO₂ (t)	540	412	-128 (-23,6%)	4.900	3.563	-1.337 (-27,3%)
Emissioni di PM₁₀ (kg)	27	125	-25 (-94,4%)	3.783	13	-3.770 (-99,7%)


Fonte: elaborazioni EY su dati Innovhub-SSI 2016 e ENEA 2015.

QUANTO VALE LO SWITCH DA FONTI TRADIZIONALI A GPL E GNL?

Vantaggio ambientale in termini di CO₂ e PM₁₀ dovuto al passaggio dalle fonti tradizionali a GPL e GNL.

RISPARMIO PARI ALLA CO₂ ASSORBITA DA


•• Il risparmio di CO₂ dovuto allo "switch" da gasolio e BTZ a GPL e GNL è pari al potenziale di assorbimento di CO₂ rispettivamente di circa 17.000 e 73.000 alberi in un anno.



90.000
ALBERI IN UN ANNO

EMISSIONI DI PM₁₀ PRODOTTE DA 16.000 AUTOMOBILISTI CHE PERCORRONO 10.000 KM ALL'ANNO

•• Il risparmio di PM₁₀ dovuto allo "switch" da gasolio e BTZ a GPL e GNL è pari rispettivamente a quello emesso da 3.000 e 13.000 automobilisti in un anno.



16.000
AUTOMOBILISTI IN UN ANNO*

Fonte: Elaborazioni EY su dati SINAnet-ISPRA, 2014.

* Il calcolo sulle emissioni di PM₁₀ è stato effettuato considerando una percorrenza media per automobilista di 10.000 km all'anno.

stimate **riduzioni** delle emissioni di CO₂ per il passaggio al GPL del **10,1%** rispetto al gasolio e del **14,4%** rispetto al BTZ; per il GNL questo calo è ancora più forte e si

attesta rispettivamente al **23,6%** e al **27,3%**.

Il passaggio ai combustibili Liquigas comporta anche impatti positivi per quanto riguarda le emissioni di PM₁₀ e la qualità dell'aria: per il **GPL** si parla di riduzioni del **44,4%** rispetto al gasolio e del **96,6%** rispetto al BTZ. Per il **GNL** i risultati sono ancora migliori con una riduzione delle emissioni del **94,4%** rispetto al gasolio e del **99,7%** rispetto al BTZ.

Si tratta di numeri importanti che possono essere facilmente collegati alla vita di tutti i giorni. Basti pensare che il risparmio di CO₂ complessivamente stimato per lo switch da gasolio e BTZ a GPL e GNL è complessivamente pari al potenziale di **assorbimento di anidride carbonica** di circa **90.000 alberi** in un anno e che la riduzione dei livelli di PM₁₀ nell'aria è uguale ai volumi di particolato prodotti da **16.000 automobilisti che percorrono una media di 10.000 km all'anno**.

UN ANNO DI NUOVI PROGETTI

Nel corso dell'anno, Liquigas ha avviato una molteplicità di progetti con l'obiettivo di migliorare ulteriormente la propria offerta di prodotti e servizi e di potenziare la comunicazione e l'informativa ai

clienti sui benefici ambientali dei suoi combustibili, uno strumento fondamentale per promuovere una nuova consapevolezza sul tema della sostenibilità delle fonti energetiche. Tra questi si segnalano:

- il lancio, per i clienti domestici, di **Target Oil**, programma che prevede incentivi per il passaggio da gasolio a GPL. L'offerta prevede la possibilità di usufruire di un prezzo fisso per i primi 2 anni; un bonus di 250 Euro per sostenere le spese di conversione degli impianti e la possibilità di accedere alla rateizzazione delle forniture. Grazie anche a una campagna stampa e web mirata in alcune zone in cui l'uso del gasolio è particolarmente diffuso, a fine 2015, il programma ha raggiunto 343 conversioni da gasolio;
- l'avvio di una collaborazione con la startup **Midori** per la messa a punto di un **software** che consente ai clienti domestici di calcolare i propri **consumi elettrici e termici**, fornendo consigli personalizzati finalizzati al miglioramento dell'efficienza energetica della propria abitazione. Ai clienti è garantito un accesso continuativo ai propri dati tramite il sito di Liquigas o direttamente all'indirizzo kiui.liquigas.it;
- l'avvio, per quanto concerne i clienti

industriali, di alcune partnership commerciali con aziende specializzate nell'efficienza energetica, con cui si è proceduto alla **realizzazione di 50 audit di ottimizzazione energetica** presso i clienti, offrendo la possibilità di ricevere un'offerta relativa alla realizzazione "chiavi in mano" dell'impianto;

- l'introduzione di una nuova collaborazione con **Innovhub-SSI**, la stazione sperimentale combustibili di San Donato Milanese (MI), per potenziare la consapevolezza e la conoscenza delle proprietà ambientali di GPL e GNL rispetto alle altre fonti di energia. A Innovhub-SSI è stato commissionato uno **studio** sull'utilizzo del pellet come combustibile in apparecchi automatici per il riscaldamento domestico rispetto alle soluzioni energetiche di Liquigas.

A testimonianza del forte impegno aziendale per la promozione di comportamenti energetici sostenibili e rispettosi dell'ambiente, nel corso del 2015, Liquigas ha inoltre sostenuto la campagna di Assogasliquidi e Federchimica **"GPL 1 di noi"**, volta a rafforzare sempre più la conoscenza del GPL quale fonte energetica "green", attraverso attività di comunicazione e informazione tramite i media.



ALCUNI DEI CLIENTI CHE HANNO SCELTO IL GNL LIQUIGAS

- **Acqua Panna:** Liquigas rifornisce l'impianto di Scarperia, il principale stabilimento di imbottigliamento di Acqua Panna. Uno dei più noti ed antichi marchi italiani di Acqua minerale, Acqua Panna è parte del gruppo Nestlé.
- **Rivoira:** tra i principali player italiani nell'ambito della lavorazione e conservazione delle mele, Rivoira ha scelto Liquigas per la realizzazione di un innovativo impianto a cogenerazione.
- **Terme di Bibione:** Liquigas serve il centro termale di Bibione, uno dei principali centri del Veneto e punto di riferimento a livello internazionale per la qualità delle sue cure termali.
- **Gruppo FIAT:** Fiat ha deciso di rivolgersi a Liquigas per la realizzazione di un impianto GNL presso il circuito sperimentale di Balocco, uno dei principali centri di collaudo per i veicoli del Gruppo, ed eccellenza europea nell'ambito dell'automotive.

3.3 La sicurezza dei prodotti e dei servizi

I PIÙ ELEVATI STANDARD E OLTRE

L'attenzione di Liquigas per la tutela dei propri clienti passa dall'impegno costante nel garantire i più **elevati standard di sicurezza di prodotti e servizi**. La sicurezza

è infatti un valore primario, che viene gestito tramite un rigoroso rispetto delle norme, la definizione di severe procedure interne e il monitoraggio continuo dei rischi lungo la filiera. Liquigas opera per essere

sempre conforme, e in molti casi superare, le normative nazionali vigenti, attraverso accorgimenti quali:

- come previsto dalla legge, l'utilizzo di **supporti informativi dettagliati**

direttamente sui prodotti - come le etichette adesive applicate su tutte le bombole e i libretti di costruzione dei serbatoi - e **l'implementazione di controlli e collaudi periodici su**

LE BOMBOLE: UN ESEMPIO CONCRETO DI TUTELA DELLA SICUREZZA LUNGO TUTTA LA FILIERA

Liquigas si impegna a tutelare la salute dei propri clienti vigilando sulla conformità e la sicurezza delle proprie bombole dalla fase di acquisto alla restituzione.

01 _ACQUISTO DELLE BOMBOLE



- Liquigas acquista le bombole nuove e i relativi componenti (rubinetti e valvole) da costruttori specializzati che garantiscono il rispetto delle normative vigenti. Per garantire la qualità ogni lotto di produzione viene sottoposto a prove tecnologiche di elasticità, deformazione e resistenza dell'acciaio.

02 _RIEMPIMENTO



- Liquigas verifica il corretto riempimento per garantire la correttezza della quantità di prodotto contenuta in ogni bombola (attraverso verifiche di peso) e individuare eventuali perdite mediante prove di tenuta.

03 _TAPPO SIGILLO



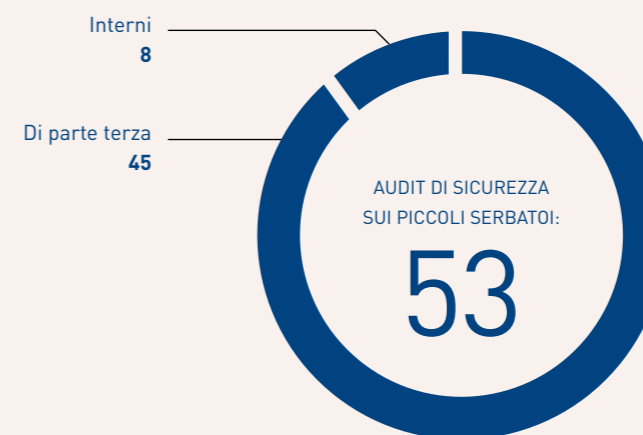
- Apposizione del tappo sigillo con il marchio Liquigas, progettato per rompersi in caso di manomissione. Solo se il tappo è integro si ha la garanzia che la bombola sia stata riempita e verificata in sicurezza.

04 _TRASPORTO E CONSEGNA AL RIVENDITORE



- I partner di distribuzione garantiscono la consegna delle bombole integre ed in sicurezza fino ai punti vendita. Il cliente deve sempre riconsegnare la bombola usata al suo rivenditore di fiducia che la invierà agli stabilimenti Liquigas per i necessari controlli di sicurezza e per un corretto riempimento. Solo in caso di superamento dei controlli, le bombole saranno reimmesse nel corretto ciclo di riempimento e distribuzione.

I SISTEMI DI VERIFICA A TUTELA DELLA SICUREZZA



Si tratta di verifiche relative al rispetto della sicurezza anche per quanto riguarda gli operatori che eseguono le attività di installazione, disinstallazione e manutenzione.

- 19** Nuove installazioni
- 4** Disinstallazioni
- 30** Impianti già installati



Si tratta di verifiche tecniche di conformità.

BOMBOLE COLLAUDATE 592.885

VERIFICHE DI PROTEZIONE CATODICA 56.992

ESTINTORI VERIFICATI 210.000

VALVOLE SOSTITUITE 130.000



bombole e serbatoi, con contestuale sostituzione delle valvole o dei rubinetti delle bombole e di tutti gli accessori di sicurezza dei serbatoi;

- il lancio di una pagina web che fornisce alcuni consigli per un uso corretto dei prodotti e per un'appropriata gestione degli impianti.

La pagina "**Consigli per la Sicurezza**", viene periodicamente aggiornata recependo gli ultimi aggiornamenti normativi, con l'obiettivo di sensibilizzare gli utenti su questi temi;

- lo svolgimento di **audit di terza parte** su tutti gli attori della filiera e le principali fasi della catena del valore: dalle ditte di manutenzione dei piccoli serbatoi, agli autisti che si occupano del rifornimento dei serbatoi; dalla fase di installazione dell'impianto, alle fasi di rifornimento, trasporto e consegna dei prodotti da parte degli autisti;
- il monitoraggio e la denuncia alle autorità pubbliche degli illeciti segnalati dalla propria rete commerciale e di trasporto tramite l'**Osservatorio Illegalità**, un gruppo di lavoro interno mirato a contrastare la pratica del riempimento illegale di bombole.

LE INIZIATIVE DEL 2015

Anche nel corso del 2015 Liquigas ha portato avanti una serie di progetti orientati a garantire una tutela della sicurezza a 360 gradi, prevedendo iniziative innovative e attività di formazione.

In particolare, Liquigas ha promosso:

- la partecipazione dell'azienda, insieme ad Assogasliquidi, a un **gruppo di lavoro** organizzato dalla direzione dei Vigili del Fuoco della Regione Veneto per combattere il **riempimento abusivo** di bombole;
- un **progetto di miglioramento del software WEB GT** che gestisce le attività di manutenzione sui piccoli serbatoi in uso presso i clienti. Il software permette di tenere sotto controllo tutti gli aspetti delle attività tecniche da eseguire sui recipienti installati in modo sistematico, programmato e agevole. Inoltre, ogni anno questo strumento assegna ai tecnici Liquigas sul territorio un numero di audit selezionati casualmente e da eseguire a sorpresa sulla corretta installazione e manutenzione degli impianti: lo scorso anno ne sono stati condotti 4.306.



RAFFORZARE
LA COMPETITIVITÀ

04





La scelta etica del caseificio Mario Costa è quella di rispettare l'ambiente: per questo abbiamo scelto il GNL che ha conquistato il mercato italiano grazie alle sue potenzialità verdi e di resa energetica.



FEDERICA E DAVIDE FILEPPO ZOP
CASEIFICIO MARIO COSTA SPA (CASALINO, NO)

4.1 Il 2015: un anno di decisioni strategiche

Per Liquigas sostenibilità significa rispondere velocemente alle evoluzioni del mercato. Per farlo, l'azienda si affida a una strategia orientata all'ascolto e alla risposta ai bisogni del cliente, alla promozione dell'efficienza operativa, alla valorizzazione delle competenze interne e alla creazione di relazioni di fiducia con i propri partner commerciali e fornitori.

Nel corso del 2015 i mercati del GPL e del GNL sono stati caratterizzati da una flessione dei prezzi, dovuta alla riduzione progressiva del costo del petrolio, che ha raggiunto quota 36 dollari al barile a dicembre 2015. Questo trend, dovuto al perdurare di elevati livelli di offerta da parte dei paesi OPEC per tutto il 2015, ha causato un calo dei costi di approvvigionamento, con impatti positivi sulla redditività degli operatori di settore.

Questi miglioramenti devono essere letti con cautela. I consumi di GPL rimangono del 35% inferiori rispetto ai picchi raggiunti nel 2005 e i segnali di crescita registrati nel corso del 2015 rischiano di rivelarsi temporanei. Il calo dei prezzi del petrolio e del gas naturale potrebbero infatti portare sempre più consumatori a rivolgersi a fonti tradizionali come il gasolio. L'aumento delle temperature a livello globale, inoltre, nel medio/lungo termine potrebbe ridurre le spese dei cittadini in riscaldamento, uno degli ambiti su cui si concentra l'uso di GPL a livello domestico. La mancanza di incentivi e una fiscalità più onerosa rispetto a fonti concorrenti quali le biomasse, unite alla scarsa comprensione e conoscenza delle

caratteristiche di GNL e GPL, sono ulteriori fattori che rischiano di penalizzare l'uso di questi combustibili negli anni a venire. Le incertezze dell'attuale scenario di mercato mettono in evidenza non solo l'importanza di avviare campagne di sensibilizzazione su GPL e GNL, ma anche di implementare processi di innovazione interna che facciano della proattività verso il cliente e dell'efficienza nell'uso delle risorse assi d'azione centrali.

In linea con questo approccio, Liquigas da sempre fa dei propri clienti gli interlocutori privilegiati da cui lasciarsi ispirare per le proprie scelte di business. Nel 2015, l'azienda ha introdotto una politica dei prezzi per i clienti domestici – il cosiddetto **Pricing Project** – che si sostanzia su un modello di personalizzazione dei prezzi mirato a interpretare le esigenze di questa tipologia di consumatori. Sulla stessa scia si muove l'iniziativa **Cash Back**, già avviata nel 2014, che ogni anno mira a premiare i clienti che hanno mantenuto livelli di consumo almeno pari a quelli dell'anno precedente, attraverso la restituzione di una somma commisurata ai maggior consumi.

Nel corso dell'anno è stato inoltre **completato il processo di raggruppamento delle filiali e di consolidamento** avviato nel 2013. Liquigas ha completato l'implementazione in tutta l'organizzazione del software CreditBoard, uno strumento informatico dedicato alla gestione del credito che ha portato a riduzioni sostanziali dei costi e del valore delle svalutazioni. Infine, si è conclusa la fase preliminare di design



della nuova piattaforma di ERP (Enterprise Resource Planning), che verrà sviluppata a partire dal 2016, e che contribuirà in maniera sostanziale a rendere più efficiente l'allocazione e la distribuzione delle risorse all'interno dell'azienda negli anni futuri.

Anche nel 2015 Liquigas ha proseguito nella sua **strategia di crescita per acquisizioni** con l'acquisto di partecipazioni totalitarie in Nuova Vefagas srl e Domusgpl srl. Queste due società sono state poi fuse per incorporazione in Liquigas S.p.A. Inoltre, nel febbraio 2015, Liquigas ha acquistato il ramo di azienda di proprietà della Totalgaz Italia srl attivo nella distribuzione di GPL in

bombole e, in giugno, ha acquistato il ramo di azienda di proprietà della Mobilgas srl avente ad oggetto l'esercizio dell'attività di distribuzione di GPL a mezzo piccoli serbatoi ed impianti a contatore (mono/multi) nella Regione Campania.

Ancora una volta, nel corso dell'anno, Liquigas ha confermato il suo impegno per lo sviluppo dei talenti e per la promozione della qualità lungo la catena di fornitura attraverso numerosi programmi e iniziative volti a rafforzare il dialogo e la cooperazione con dipendenti e fornitori.

4.2 L'attenzione per la qualità del servizio e per l'ascolto

UFFICI DI CUSTOMER SERVICE	7
UFFICI VENDITA	50
OPERATORI SERVIZIO CLIENTI	83
COORDINATORI SERVIZIO CLIENTI	4
RESPONSABILI SERVIZI CLIENTI DI REGIONE	3

Per Liquigas, la sostenibilità nelle relazioni con i clienti è sinonimo di ascolto e vicinanza.

Il servizio al cliente riveste un'importanza fondamentale all'interno di questo approccio. Nel 2015, la Direzione ha portato a termine la **riorganizzazione del customer service**, culminata in un Piano di Comunicazione volto a informare i clienti su novità e iniziative come l'attivazione della consegna di GPL anche il sabato e il prolungamento degli orari del servizio clienti per la stagione invernale. Sempre a livello di customer service, nel 2015, Liquigas ha lavorato per migliorare la **gestione dei reclami**: sono stati introdotti un sistema di ranking delle urgenze e dei reclami ricevuti dai clienti e figure dedicate a proporre soluzioni personalizzate e a monitorare i tempi di risoluzione.

Nel corso dell'anno, inoltre, l'azienda ha adottato una **strategia digital**, che prevede l'offerta di nuovi strumenti di contatto digitali, con il lancio del nuovo sito di Liquigas ed il rinnovamento dell'area riservata dedicata ai clienti. La presenza aziendale sui social, inoltre, si è intensificata, grazie all'apertura di un account LinkedIn e Google+, a cui seguirà il lancio della **nuova app aziendale** che permetterà agli utenti di interagire

con l'azienda anche tramite il proprio smartphone.

Anche nel 2015, Liquigas ha investito sull'analisi dei bisogni dei clienti e sul monitoraggio della loro soddisfazione attraverso un'indagine di **"Customer Experience Monitor"**, un'analisi mirata a mappare l'evolversi dell'esperienza dei clienti privati e a misurare l'importanza che rivestono i principali punti di contatto col cliente nel processo di fidelizzazione. L'indagine ha evidenziato buoni livelli di **soddisfazione**: gli utenti "molto soddisfatti" per il customer service di Liquigas si sono attestati al 52%, mentre il 34% dei partecipanti si è dichiarato "molto soddisfatto" dell'azienda nel suo complesso.

Un'ulteriore **indagine** ha messo in luce un aumento progressivo della quota dei **"clienti diradanti"**, che stanno abbandonando il GPL a favore di altre fonti come le biomasse e l'energia solare, al fine di ridurre i propri costi energetici. Per far fronte a questo fenomeno, la Direzione Marketing ha redatto un **Action Plan**, avviato nel corso del 2015 e finalizzato all'individuazione delle aree di intervento prioritarie. Il Piano comprende una serie di azioni di comunicazione volte a garantire

una corretta gestione delle lamentele legate a fatturazione e telemetria, a migliorare ulteriormente il customer service e a favorire l'ingresso dei nuovi clienti nella realtà Liquigas.

Informazioni sulla sostenibilità sono state inserite all'interno delle campagne di **lead**

generation sulle offerte, come ad esempio Target Oil. Per arricchire il valore di questi momenti di dialogo, Liquigas ha veicolato ai suoi interlocutori un **messaggio sulla sostenibilità** che valorizzasse il ruolo del GPL e che sottolineasse come Liquigas ponga la sostenibilità aziendale al centro di ogni sua decisione strategica.

Hai scelto Liquigas.
Hai scelto l'ambiente.

Con il GPL di Liquigas, **riduci drasticamente le emissioni di polveri sottili e anidride carbonica** rispetto ad altri combustibili inquinanti, come il gasolio e le biomasse (legna, pellet) che alterano la qualità dell'aria.

Liquigas mette la **sostenibilità ambientale** al centro.

Ogni giorno ci impegniamo responsabilmente per creare soluzioni innovative nel rispetto dell'ambiente.

Ogni giorno portiamo ai nostri clienti **la migliore alternativa energetica**.

VENDITORI	106
RESPONSABILI COMMERCIALI	19
RESPONSABILI COMMERCIALI DI REGIONE	3
AGENTI	40

4.3 I collaboratori come motore del cambiamento

Liquigas vede nelle proprie persone la risorsa fondamentale per una crescita duratura, condivisa e sostenibile. L'investimento sul talento e la creatività delle persone è considerato oggi uno dei principali driver di sviluppo. La parola chiave che Liquigas ha adottato per connotare quest'approccio è "leadership", intesa

come capacità di influire positivamente e attivamente sulla crescita dei collaboratori in una logica di miglioramento reciproco. Nel corso del 2015 si è **conclusa la fase di riorganizzazione dell'organico** che era iniziata nel 2013 e che ha comportato la chiusura di 127 posizioni nell'arco di due anni. Essa è culminata in un programma

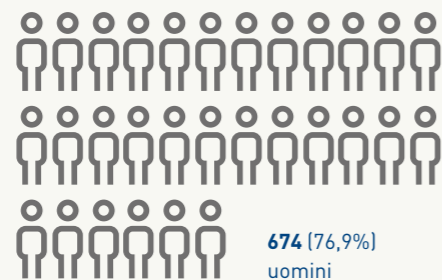
di mobilità che è stato completato grazie al dialogo con le parti sociali e che è stato, fin dall'inizio, improntato alla trasparenza e alla tutela delle persone e delle famiglie coinvolte, grazie anche a iniziative dedicate come la copertura delle spese d'alloggio delle famiglie trasferitesi oltre un certo chilometraggio.

In seguito alla riorganizzazione, l'azienda ha deciso di migliorare la gestione delle proprie attività, dando voce direttamente ai collaboratori. Sono stati promossi **tavoli di lavoro tematici, workshop**, un'indagine sui carichi di lavoro e una **survey** tramite intranet. Per raccogliere spunti e suggerimenti, Liquigas ha sviluppato **Futura What's Up**,

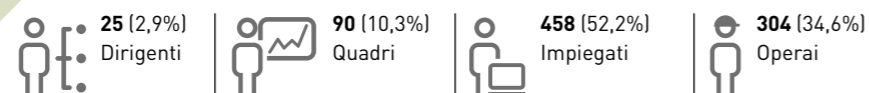
IL PROFILO DEI DIPENDENTI

TOTALE DIPENDENTI

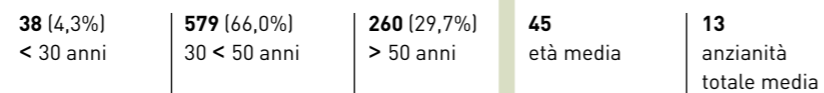
877



SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO



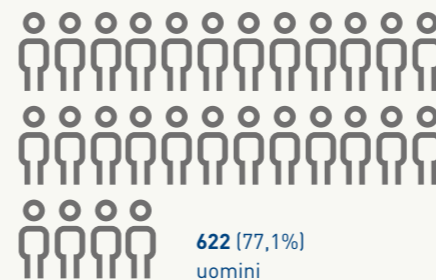
SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER ETÀ



SUDDIVISIONE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

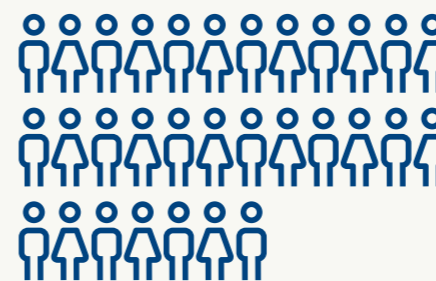
806

(91,9%) A TEMPO INDETERMINATO



848

(96,7%) FULL TIME



29

(3,3%) PART TIME



4.3 I collaboratori come motore di cambiamento

I NUMERI DI SUSTAINOVATION HUB



53
IDEE



728
ENRICHMENTS



96
PARTECIPANTI
ATTIVI



248
LIKES

la newsletter volta a diffondere la cultura aziendale tra i dipendenti. Questi strumenti hanno fatto emergere proposte di miglioramento dei processi di valutazione e di affinamento dei processi e delle prassi operative interne.

Nel corso del 2015, inoltre, Liquigas ha lanciato **Sustainnovation Hub**, un portale interno che permette ai dipendenti di proporre e votare soluzioni innovative per la risoluzione di eventuali problemi aziendali. Lo strumento adotta una metodologia di condivisione strutturata per vere e proprie "sfide di creatività". Le attività, inoltre, sono organizzate per lavori di gruppo, per sviluppare il lavoro in team. La prima sfida, in particolare, ha riguardato il tema del riempimento abusivo dei piccoli serbatoi. Dopo aver raccolto proposte, le due idee più votate sono state premiate con un corso di

formazione presso il Politecnico di Milano e con la partecipazione dei vincitori, nel corso del 2016, a un progetto coordinato dal Direttore Operations per la messa in pratica delle idee innovative presentate.

L'Hub è solo uno dei tanti esempi di come Liquigas stia integrando e stimolando pratiche innovative a tutti i livelli aziendali, con la volontà di lasciare un segno tangibile nell'esperienza e nell'apprendimento dei propri dipendenti. L'azienda si è infatti posta un obiettivo ambizioso: far sì che nel **2018** il **20% del fatturato del Gruppo** derivi da **progetti innovativi** grazie al contributo di tutti i collaboratori.

Un altro obiettivo di leadership dell'azienda riguarda la **formazione**. Da anni Liquigas punta ad offrire occasioni di apprendimento a tutto tondo: nel 2015 questo impegno si è



TIPOLOGIA DI FORMAZIONE EROGATA (ORE)

	2013	2014	2015
Formazione erogata agli impiegati, ai quadri e ai dirigenti	146	10.540	8.124
Formazione erogata agli operai	9.448	9.587	11.766
Totale ore di formazione erogate	9.594	20.127	19.890
Totale pro capite	9,8	23,0	22,7

sostanziato in investimenti per 275.000 Euro in attività formative, per un totale di 19.890 ore di formazione (22,7 ore pro capite).

Tra le attività di formazione più significative del 2015, si segnalano ad esempio i corsi per 260 autisti e operai sugli aggiornamenti normativi riguardanti l'accordo europeo relativo al traffico stradale di merci pericolose, la compliance e le regole anti-trust. Oltre 380 dipendenti sono stati inoltre formati su come implementare il sistema di valutazione delle performance, mentre 19 responsabili commerciali e 106 venditori sono stati soggetti ad una mappatura delle competenze di vendita e ad una formazione personalizzata tesa a identificare i punti di forza e le aree di miglioramento di ciascuno. Parallelamente, è stato lanciato un **Development Center** per 8 venditori attivi nella rete vendita GNL e Grandi Impianti. Tramite un workshop è stata valutata la presenza delle competenze chiave necessarie per questo tipo di vendita, e sono state organizzate attività di mentoring

e coaching, giochi di ruolo e simulazioni di attività di vendita per stimolare lo sviluppo professionale dei dipendenti. L'iniziativa è culminata nella predisposizione di 20 piani di sviluppo individuali, basati su feedback strutturati. La stessa logica ha ispirato l'organizzazione dei **"Laboratori di Leadership"**, tre giornate di formazione rivolte a manager e figure professionali con ruolo di responsabilità. L'obiettivo delle giornate, cui hanno partecipato 129 persone, è stato sviluppare una cultura della leadership diffusa, in linea con l'approccio dell'azienda, che si deve accompagnare a uno stile di comunicazione aperto e teso al reciproco arricchimento e all'erogazione di feedback personalizzati.

Anche grazie all'attrattiva di queste iniziative, il tasso di turnover dei dipendenti di Liquigas si è attestato, nel 2015, al 2%, a conferma del legame di fiducia che lega le persone all'azienda, testimoniato anche da un'anzianità aziendale media di 13 anni.

4.4 La promozione della qualità lungo la catena di fornitura



Nel corso del 2015, gli acquisti e gli investimenti di Liquigas in Italia hanno ammontato a circa **170 milioni di Euro** concentrati, in particolare, sui settori del commercio al dettaglio, dei trasporti via terra, della raffinazione del petrolio e della riparazione e installazione di macchinari e apparecchiature.

Si tratta di volumi che sottolineano da un lato, il contributo dell'azienda al sostegno della crescita italiana, e dall'altro, l'importanza per Liquigas di attivare meccanismi virtuosi per la promozione della qualità, della sicurezza e dell'efficienza lungo la filiera.

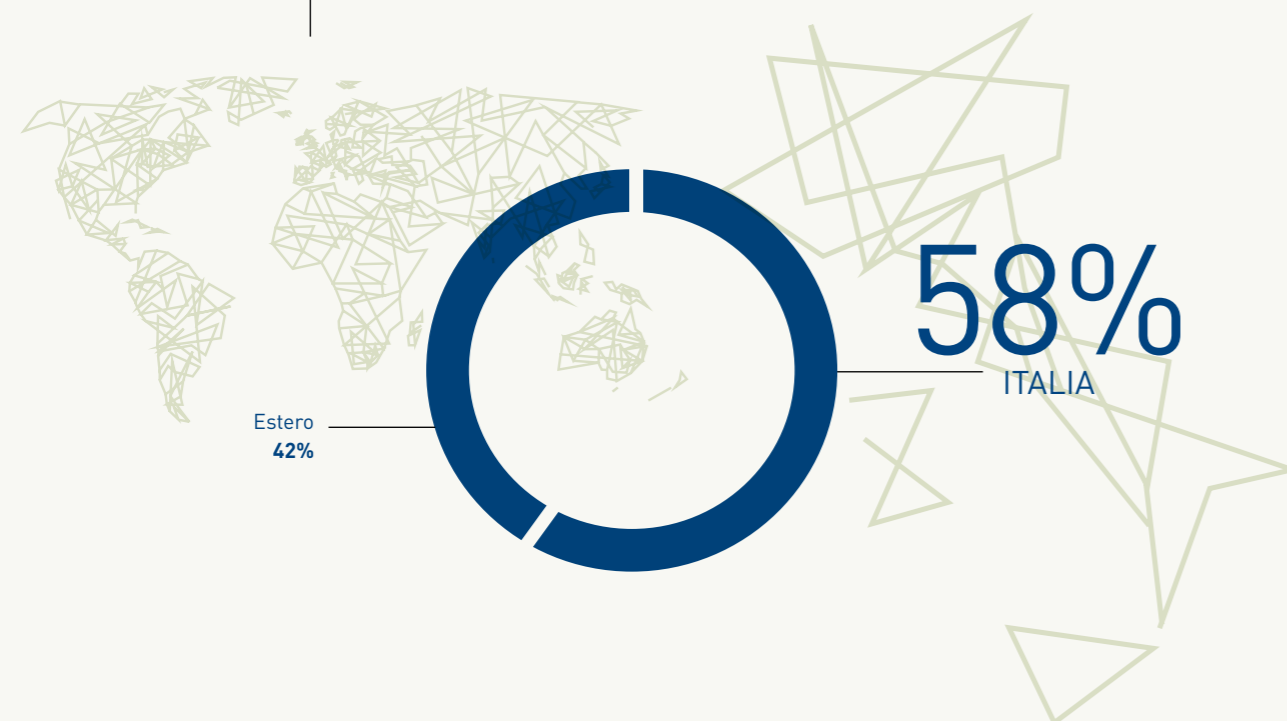
L'azienda si impegna ormai da alcuni anni a veicolare questi valori, attraverso relazioni di partnership e dialogo con i propri fornitori.

Quest'attenzione è promossa a partire dalle **procedure di approvvigionamento** di beni e servizi, che definiscono le specifiche tecnico-operative a seconda del prodotto o servizio di riferimento. Nel corso del 2015, è stato avviato un progetto di revisione, ammodernamento e digitalizzazione delle procedure attraverso l'utilizzo di un portale web destinato alla gestione delle offerte di acquisto - **Liquigas Connect** - a cui si

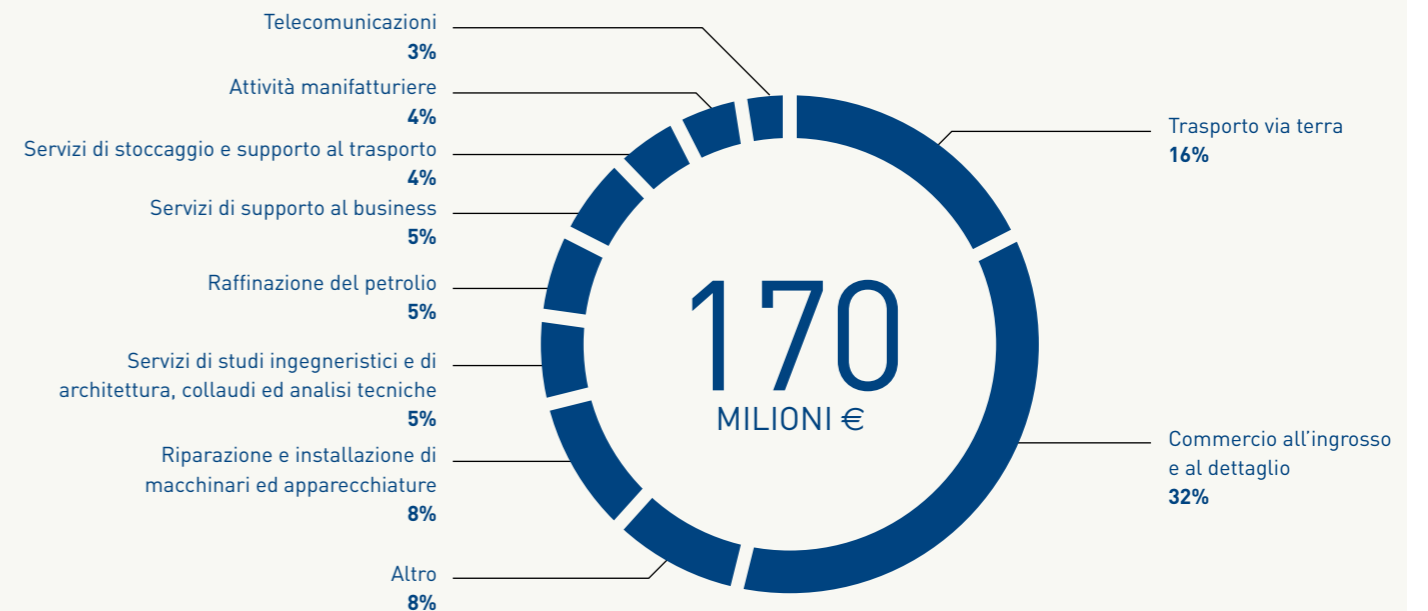
è anche accompagnato un percorso di formazione dedicato al personale Liquigas, orientato a fornire nuovi strumenti per selezionare in fase di appalto la controparte di volta in volta più indicata.

Il portale **Liquigas Connect** opera anche come archivio di tutti i contratti e della modulistica relativa ai bandi di gara ed è uno strumento fondamentale, che promuove un approccio trasparente e spersonalizzato. Nel 2015, l'uso del portale è stato esteso a tutte le gare d'importo superiore a 25.000 Euro: ciò ha migliorato la capacità di gestire un

DETTAGLIO ACQUISTI ITALIA/ESTERO



LE PRINCIPALI VOCI DI SPESA IN ITALIA



4.4 La promozione della qualità lungo la catena di fornitura

ampio numero di fornitori, allargando la rete di attori partecipanti alle gare, e consentendo a Liquigas di poter scegliere tra un vasto numero di proposte. Liquigas Connect rappresenta una best practice internazionale all'interno del Gruppo SHV, che nel corso dell'anno ne ha esteso l'applicazione anche alla capogruppo olandese.

Per Liquigas promuovere l'efficienza significa instaurare collaborazioni mirate a identificare soluzioni reciprocamente vantaggiose con i fornitori. Un esempio in questo senso è rappresentato dal

progetto, caratterizzato da un approccio di **collaborative sourcing**, che ha interessato i manutentori della rete piccoli serbatoi implementato nel corso del 2015.

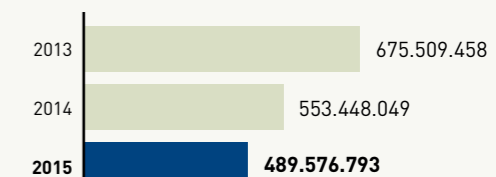
L'iniziativa ha permesso ai fornitori coinvolti di quotare tariffe differenziate su ogni comune, offrendo ribassi nei segmenti di attività e nelle aree geografiche che presidiano meglio. Questo consentirà all'azienda di ridurre i costi in un modo che tutela le esigenze dei diversi prestatori di servizi, promuovendo una partnership coi fornitori incentrata sull'uso ottimale delle risorse in campo.



4.5 Il valore generato e distribuito

L'analisi del valore economico generato e distribuito da Liquigas permette di quantificare quanta ricchezza è stata prodotta dall'azienda e come è stata distribuita tra i principali portatori d'interesse. Nel 2015 il valore generato da Liquigas si è attestato a quasi 490 milioni di Euro, in calo dell'11,5% rispetto all'anno precedente. Circa il 93% del valore generato, pari a poco più di 455 milioni di Euro, è stato distribuito ai portatori d'interesse. Il valore economico è stato distribuito sotto forma di remunerazione ai fornitori di beni e servizi per il 75,6% del totale; attraverso la retribuzione dei dipendenti, per l'11,1%; come pagamenti ai fornitori di capitali, per il 9,2%; sotto forma di pagamenti alla Pubblica Amministrazione, per un valore pari al 4,1%.

VALORE ECONOMICO GENERATO 2015 (€) **489.576.793**

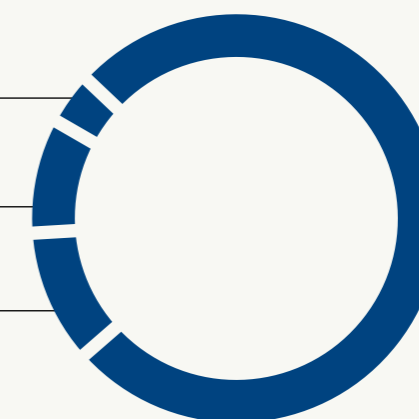


VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO **455.290.980** [92,9%]

Pagamento alla pubblica amministrazione
18.753.149
(4,1%)

Pagamenti ai fornitori di capitale
41.768.776
(9,2%)

Retribuzioni e benefit
50.508.585
(11,1%)



Costi operativi
344.257.970
(75,6%)

VALORE ECONOMICO TRATTENUTO **34.285.813** [7,1%]



AGIRE IN MODO
RESPONSABILE

05





Abbiamo sempre scelto di rispettare l'ambiente e con il GPL di Liquigas possiamo farlo e contare su forniture costanti e un rendimento elevato.



CRISTINA E LUIGI MASSARDI
VIVAIO MASSARDI (CASTIGLIONE DELLE STIVIERE, MN)



5.0 Agire in modo responsabile

Dal 2000 Liguigas si è dotata di un **Sistema di Gestione Integrato Salute Sicurezza Ambiente** orientato alla diffusione della cultura della sostenibilità in azienda. Il Sistema è stato gradualmente integrato con quanto previsto dalle norme ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007 e ISO 50001:2011 al fine di migliorare la gestione degli aspetti ambientali e la salute e sicurezza dei lavoratori e di minimizzare i consumi di energia, le emissioni di CO₂ e la produzione dei rifiuti.

Il Sistema si fonda sulla **cooperazione**



e il **dialogo** con gli Enti preposti alle attività di controllo, le Comunità Locali e gli altri portatori d'interesse, garantendo informazione, chiarezza e trasparenza anche tramite il Report di Sostenibilità aziendale e progetti di sensibilizzazione effettuati a livello locale nonché progetti d'informazione, formazione e addestramento per tutto il personale.

Liguigas ha identificato una struttura interna dedicata alla gestione di tutti gli aspetti ambientali e di salute e sicurezza connessi alle attività aziendali: la **Direzione Salute, Sicurezza e Ambiente**. Questa unità si occupa, tra gli altri, di affiancare le Commissioni Ispettive istituite dal Ministero dell'Ambiente durante le verifiche periodiche, al fine di indagare la conformità a quanto definito dalla Direttiva Seveso che disciplina il rischio d'incidente rilevante.

Il miglioramento delle performance è veicolato anche attraverso attività di verifica e controllo svolte in base a una dettagliata pianificazione annuale. Infatti, sono realizzati audit periodici in tema di salute, sicurezza e ambiente, sia da parte del personale interno sia di terza parte.

Liguigas nel corso del 2015 ha continuato ad aderire al programma **Responsible Care** di Federchimica e ha mantenuto il progetto aziendale **LiquiCare**, orientato alla diffusione di una cultura della sicurezza in azienda. Per promuovere ulteriormente le attività di ascolto, informazione e formazione per i dipendenti, Liguigas ha aggiornato la **Politica per la Sostenibilità 2015-2017**, che sintetizza ed esplicita gli obiettivi, le modalità e gli impegni dell'Azienda per la gestione della sostenibilità.

5.1 La tutela dell'ambiente nelle scelte aziendali

IL 2015 UN ANNO DI INIZIATIVE CONCRETE
Anche nel 2015, Liguigas si è concentrata su una serie di iniziative volte a incrementare la sostenibilità e l'efficienza degli stabilimenti e a favorire comportamenti virtuosi da parte dei propri dipendenti. In particolare, l'azione di Liguigas si è incentrata su:

- la realizzazione di **bonifiche** su impianti dismessi e non più funzionanti, come il sito di Avenza che insiste su un terreno già definito Sito di Interesse Nazionale dal Ministero dell'Ambiente per operazioni di caratterizzazione e, in caso di inquinamento, ad attività di messa in sicurezza e bonifica in seguito alla chiusura di attività industriali fortemente inquinanti poste nelle zone circostanti il sito di Liguigas;
- il completamento dei lavori di **ristrutturazione** della sede di Firenze e la realizzazione dei nuovi uffici di Cremona, volti a garantire un maggior comfort agli operatori ed a ridurre gli impatti sull'ambiente attraverso l'installazione di impianti di climatizzazione a basso consumo e l'utilizzo di tecniche di isolamento a cappotto termico sulle pareti. Grazie a questi ed altri accorgimenti, le due sedi sono state portate rispettivamente in **classe energetica B e A**, rispetto alla classe G dei vecchi edifici;
- l'esecuzione della progettazione, delle pratiche autorizzative e della gara d'appalto per l'installazione di un impianto di **pannelli fotovoltaici** da 70 kW/h nello stabilimento di Cremona;
- la **sostituzione di lampade alogene con lampade a LED**, presso gli stabilimenti di Firenze, Cadelbosco (RE) e Casnate (CO), con risparmi previsti pari al 50%



- dei consumi, pari a 95.000 kW all'anno;
- la progressiva **sostituzione dei macchinari con maggior consumi** con versioni più efficienti. Il 2015 è stato caratterizzato dalla decisione di introdurre i **nuovi carrelli elevatori elettrici** caratterizzati da maggior efficienza e sicurezza e dal **miglioramento dell'efficienza degli impianti di distribuzione di aria compressa**, attraverso interventi su 4 stabilimenti;
- la promozione della mobilità sostenibile tra i dipendenti attraverso iniziative di comunicazione interna sull'uso del **car e del bike sharing**, attraverso il sito e la newsletter aziendali e tramite il rinnovo della **convenzione con ATM**, l'azienda dei trasporti milanese, che prevede abbonamenti a prezzi scontati per i dipendenti Liguigas, pagabili tramite prelievi mensili dalla busta paga.

5.1 La tutela dell'ambiente nelle scelte aziendali

I DATI AMBIENTALI NEL 2015

Anche quest'anno l'azienda è riuscita a consolidare il proprio impegno nella riduzione dei consumi energetici, e

anche i livelli di emissioni di gas serra in atmosfera si sono ridotti. Parallelamente, l'efficiamento relativo alla riduzione del numero degli stabilimenti e alla

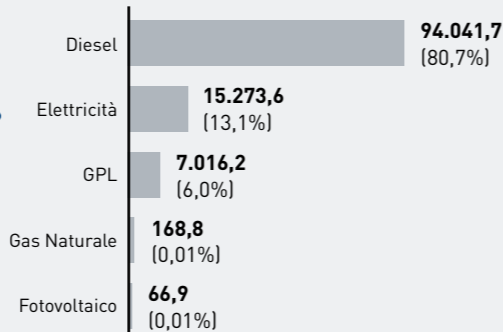
standardizzazione delle attività in esse svolte ha portato anche a un calo nei rifiuti prodotti, di cui il 70% sono stati riciclati. Il trattamento e lo smaltimento dei rifiuti

hanno rappresentato la quota maggiore delle spese ambientali di Liquigas, in riduzione del 55% rispetto al 2014.

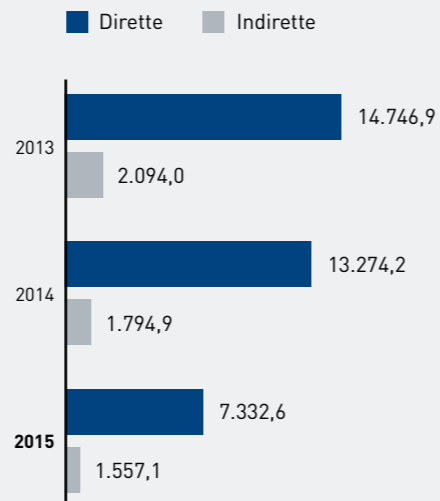
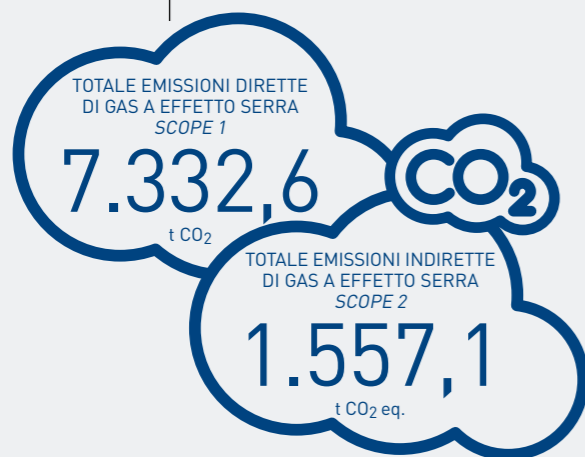
L'IMPATTO AMBIENTALE DELLE OPERATIONS AZIENDALI

CONSUMO ENERGETICO TOTALE (GJ)

116.567,2

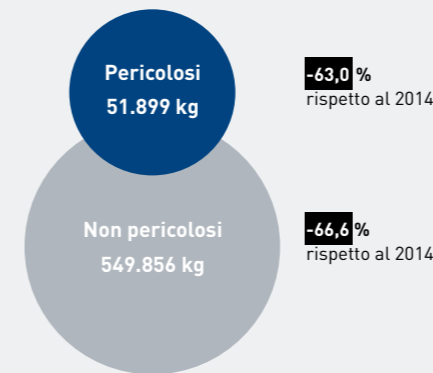


TOTALE EMISSIONI EFFETTO SERRA



TOTALE RIFIUTI PRODOTTI (KG)

601.755



+25,9 rispetto al 2014

SPESE AMBIENTALI COMPLESSIVE (€)



5.1 La tutela dell'ambiente nelle scelte aziendali

LA GESTIONE DEGLI IMPATTI DEI TRASPORTI
I trasporti sono una componente centrale delle attività di Liquigas, che monitora anche gli impatti ambientali relativi al trasporto dei propri prodotti, consapevole dell'importanza che essi possono avere

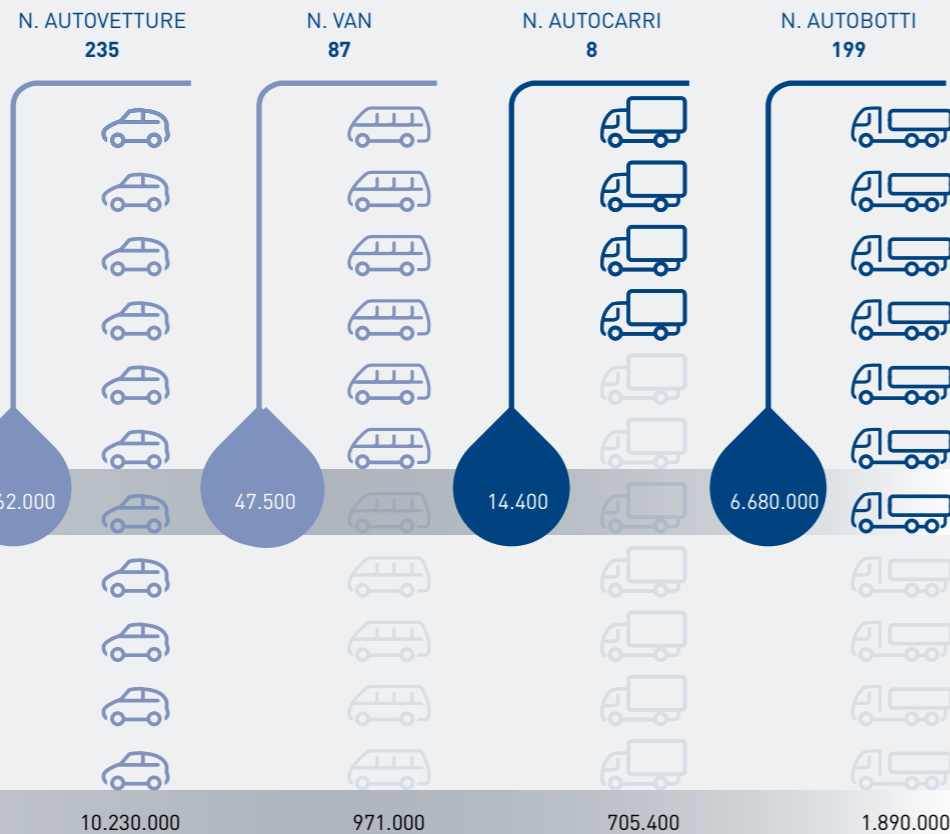
sull'ambiente e sulla collettività. Nel corso del 2015, l'azienda ha completato il rinnovamento del proprio parco auto, rimpiazzando i vecchi veicoli con alternative più efficienti in termini di emissioni di CO₂.

L'IMPATTO AMBIENTALE DEI TRASPORTI

EMISSIONI DERIVANTI DAI TRASPORTI (t CO₂ eq.)

5.151,6

■ A noleggio ■ Di proprietà



-62,7%
EMISSIONI DI CO₂ RISPETTO AL 2014

5.2 La salute e la sicurezza dei lavoratori e delle comunità

IL 2015 UN ANNO DI INIZIATIVE CONCRETE
Il benessere dei dipendenti e delle persone che abitano vicino agli stabilimenti è costantemente al centro di ogni decisione strategica e operativa di Liquigas.

Per questo motivo, Liquigas ha istituito il Dipartimento Salute, Sicurezza e Ambiente, che ha la funzione di presidiare ed integrare la struttura organizzativa, le prassi, le procedure e le risorse necessarie per raggiungere gli obiettivi di sicurezza definiti nella Politica per la Sostenibilità aziendale. Nel rispetto delle finalità del programma LiquiCare, Liquigas si è concentrata anche quest'anno su attività di formazione specifiche per il personale, con un'attenzione particolare agli autisti della propria flotta e di terza parte, tra cui:

- un **gruppo di lavoro** congiunto, organizzato con Assogasliquidi, volto a standardizzare le procedure di sicurezza e progettazione degli stabilimenti a tutela dei lavoratori e delle comunità;
- **12 audit di sicurezza** sui trasporti e sulle attività di travaso del GPL da parte degli autisti, volti a identificare i comportamenti

scorretti nelle fasi di riempimento e svuotamento dei serbatoi;

- un **corso di formazione**, organizzato in collaborazione con Assogasliquidi, volto ad aggiornare gli oltre 160 autisti dipendenti di Liquigas sulle misure di sicurezza da adottare durante le procedure di rifornimento e svuotamento dei piccoli serbatoi.

I TRAGUARDI RAGGIUNTI NEL 2015

Il 2015 si è caratterizzato per una **diminuzione sostanziale** nel numero di **infortuni subiti dai lavoratori**, pari al 37% rispetto al 2014. Ad essa si è accompagnato un calo nell'indice di frequenza degli infortuni, che misura l'incidenza di questi ultimi ogni 100.000 ore uomo lavorate, e, conseguentemente, nel numero di giornate di lavoro perse. Un traguardo tanto importante quanto incoraggiante, che sottolinea l'efficacia degli sforzi di Liquigas nella protezione della salute e della sicurezza dei lavoratori e delle comunità, con l'obiettivo di ridurre ulteriormente questi eventi nell'arco dei prossimi anni.

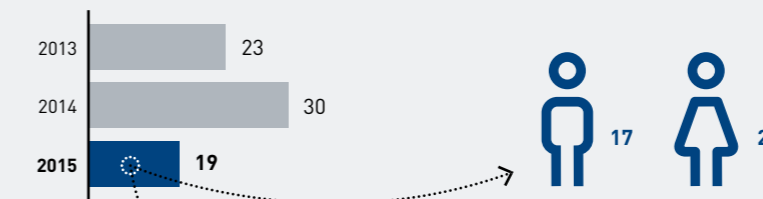
NUMERO TOTALE DI GIORNATE DI LAVORO PERSE

2013	808
2014	793
2015	621

•• Indice di frequenza:



2013: 1,423
2014: 2,013
2015: 1,345



-36,6%
RISPETTO AL 2014

Da ambiente di lavoro: 11
In itinere: 5
Altro: 3

NUMERO TOTALE INFORTUNI



LE PERFORMANCE ECONOMICHE, AMBIENTALI E SOCIALI

06

6.0 Le performance economiche, ambientali e sociali



Di seguito si riportano i principali dati di sostenibilità relativi al triennio 2013-2015, per offrire una vista comparativa della performance di Liquigas nella gestione degli aspetti economici, sociali ed ambientali.

INDICATORE		PERFORMANCE			
INDICATORI ECONOMICI		2013	2014	2015	
Valore economico generato e distribuito (G4-EC1)	Valore economico generato	Ricavi delle vendite e delle prestazioni (€)	656.278.364	532.716.471	472.322.328
		Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni (€)	1.156.686	945.473	306.799
		Altri ricavi e proventi (€)	15.465.257	15.761.016	15.199.803
		Proventi da partecipazioni (€)	1.800.800	3.603.200	1.698.600
		Altri proventi finanziari (€)	950.229	519.108	415.465
		Utili e perdite su cambi (€)	-70.547	-6.591	-268.520
		Rivalutazioni (€)	0	0	0
		Svalutazioni (€)	-71.331	-90.628	-97.682
		VALORE ECONOMICO GENERATO (€)	675.509.458	553.448.049	489.576.793
Valore economico distribuito	Costi Operativi	Per materie prime e sussidiarie (€)	444.855.869	325.555.376	256.926.875
		Per servizi (€)	69.437.793	62.593.246	62.328.597
		Per godimento beni di terzi (€)	8.040.694	6.650.390	6.969.405
		Variazione delle rimanenze di materie prime (€)	-3.999.733	23.654.932	8.878.615
		Oneri di gestione (€)	5.515.653	3.990.318	4.729.310
		di cui imposte indirette (€)	1.154.545	1.080.154	990.134
		Oneri straordinari (€)	6.171.024	14.697.533	4.198.275
		Proventi Straordinari (€)	-287.374	-1.411.110	-763.241
		TOTALE COSTI OPERATIVI (€)	529.733.926	435.730.685	344.257.970
		Retribuzioni e Benefit	Per il personale (€)	55.969.658	52.215.369
	di cui oneri sociali (€)		12.726.845	12.167.050	11.831.177
	TOTALE RETRIBUZIONI E BENEFIT (€)		55.969.658	52.215.369	50.508.585
	Pagamento ai fornitori di capitale	Interessi e altri oneri finanziari (€)	4.123.380	2.714.548	1.448.776
		Dividendi pagati agli azionisti (€)	11.520.000	18.000.000	40.320.000
		TOTALE PAGAMENTO AI FORNITORI (€) DI CAPITALE	15.643.380	20.714.548	41.768.776
	Pagamento alla pubblica amministrazione	Imposte sul reddito di esercizio (€)	16.777.029	12.852.914	18.753.149
		TOTALE PAGAMENTO ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE (€)	16.777.029	12.852.914	18.753.149
	Investimenti nella comunità	Donazioni (€)	2.500	9.405	2.500
TOTALE INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ (€)		2.500	9.405	2.500	
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO (€)		618.126.493	521.522.921	455.290.980	



INDICATORE		PERFORMANCE					
INDICATORI ECONOMICI		2013	2014	2015			
Valore economico generato e distribuito (G4-EC1)	Valore economico trattenuto	VALORE ECONOMICO TRATTENUTO (€)	57.382.965	31.925.128	34.285.813		
Consumi energetici G4-EN3	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	Consumo energia da Diesel (GJ)	191.967,9	173.512,7	94.041,7		
		Consumo energia da Elettricità (GJ)	20.540,6	17.606,3	15.273,6		
		Consumo energia da GPL (GJ)	10.042,6	8.259,5	7.016,2		
		Consumo energia da Gas Naturale (GJ)	16.854,7	8.496,0	168,8		
		Consumo energia da Fotovoltaico (GJ)	86,0	90,0	66,9		
		Consumo energia da Benzina (GJ)	785,0	766,6	-		
		CONSUMO ENERGIA TOTALE (GJ)	240.276,9	208.730,9	116.567,2		
		Emissioni dirette di CO₂ G4-EN15	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (scope 1)	Emissioni dirette di GHG da fonti di proprietà dell'organizzazione (trasporto di persone, merci, rifiuti) (t CO ₂ eq.)	14.746,9	13.274,2	7.332,6
		Emissioni indirette di CO₂ G4-EN16	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (scope 2)	Emissioni indirette di GHG, dalle fonti di generazione di elettricità e riscaldamento (t CO ₂ eq.)	2.094,0	1.794,9	1.557,1
		Rifiuti G4-EN23	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	Rifiuti pericolosi prodotti (Kg)	72.175,0	140.859,0	51.899,0
Rifiuti non pericolosi prodotti (Kg)	1.872.901,0			1.647.382,0	549.856,0		
Rifiuti totali recuperati o riciclati (Kg)	1.465.111,0			789.020,0	421.369,0		
Riciclo dei prodotti in uso G4-EN28	Percentuale di prodotti venduti e relativo packaging destinati a nuove attività per categoria	Bombole ricollaudate	512.794,0	520.221,0	592.885,0		
		Serbatoietti ricondizionati	3.261,0	2.534,0	3.395,0		
		Bombole vendute	5.707,7	5.117.087,0	5.552.617,0		
		Serbatoi installati	-	5.856,0	4.896,0		
		PERCENTUALE DI BOMBOLE RICOLLAUDATE (%)	-	10,2%	10,7%		
		PERCENTUALE DI SERBATOI RICONDIZIONATI (%)	-	43,3%	69,3%		



INDICATORE		PERFORMANCE			
INDICATORI AMBIENTALI		2013	2014	2015	
Impatti ambientali dei trasporti G4-EN30	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni materiali e trasferimento del personale	Emissioni da GHG (t CO ₂ eq.)	16.403,3	13.770,1	5.151,6
	Investimenti nella tutela dell'ambiente G4-EN31	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipologia	SPESE AMBIENTALI COMPLESSIVE (K €)	400	450
		Di cui: trasferimento e smaltimento rifiuti (K €)	50	398	149
		Di cui: altre spese ambientali (K €)	350	52	51
	Costi sostenuti per eventuali bonifiche legate a dismissioni di siti o perdite	Costi sostenuti per eventuali bonifiche legate a dismissioni di siti o perdite (K €)	-	260	250



INDICATORE		PERFORMANCE			
PRATICHE DI LAVORO		2013	2014	2015	
Profilo dei dipendenti G4-10	Suddivisione della forza lavoro per categoria e genere	DIPENDENTI	976	875	877
		Di cui uomini	764	671	674
		Di cui donne	212	204	203
	Suddivisione dei dipendenti per inquadramento e per genere	CONTRATTI A PROGETTO, STAGE, INTERINALI	3	4	8
		Di cui uomini	2	4	6
		Di cui donne	1	0	2
	TOTALE DIRIGENTI	29	26	25	
	Dirigenti - uomini	26	24	23	
	Dirigenti - donne	3	2	2	
	TOTALE QUADRI	89	86	90	
	Quadri - uomini	71	68	72	
	Quadri - donne	18	18	18	
	TOTALE IMPIEGATI	497	457	458	
	Impiegati - uomini	306	273	275	
	Impiegati - donne	191	184	183	
	TOTALE OPERAI	361	306	304	
	Numero operai - uomini	361	306	304	
	Numero operai - donne	0	0	0	



INDICATORE		PERFORMANCE			
PRATICHE DI LAVORO		2013	2014	2015	
Suddivisione dei dipendenti per età	ETÀ MEDIA	45	44	45	
	Dipendenti fino a 30 anni	36	38	38	
	Dipendenti da 31 a 50 anni	679	620	579	
	Dipendenti oltre 51 anni	261	217	260	
Suddivisione dei dipendenti per anzianità	ANZIANITÀ AZIENDALE MEDIA	14	15	13	
	Numero di dipendenti fino a 10 anni	289	225	228	
	Numero di dipendenti da 11 a 20 anni	512	434	434	
	Numero di dipendenti da 21 a 30 anni	166	183	183	
	Numero di dipendenti oltre 30 anni	9	33	32	
Suddivisione dei dipendenti per tipologia di contratto	A tempo indeterminato	908	787	806	
	Di cui donne	197	176	184	
	Di cui uomini	711	611	622	
	A tempo determinato	68	88	71	
	Contratti part time	20	30	29	
	Contratti full time	956	845	848	
Accordi di contrattazione collettiva G4-11	Percentuale di dipendenti coperti da accordi collettivi	100%	100%	100%	
	Dipendenti iscritti ad associazioni sindacali	Dipendenti iscritti ad associazioni sindacali (%)	45,9%	44,3%	42,6%
Turnover G4-LA1	Tasso di nuovi dipendenti assunti e turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	ASSUNZIONI	9	8	35
	Di cui uomini	8	4	21	
	Di cui < 30 anni	-	-	3	
	30 < x < 50	6	3	12	
	x > 50	2	1	6	
	Di cui donne	1	4	14	
	Di cui < 30 anni	-	-	7	
30 < x < 50	1	4	7		
	x > 50	-	-	-	



INDICATORE		PERFORMANCE			
PRATICHE DI LAVORO		2013	2014	2015	
Turnover G4-LA1	Tasso di nuovi dipendenti assunti e turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	CESSAZIONI	33	130	16
		Di cui uomini	28	105	10
		Di cui < 30 anni	2	2	-
		30 < x < 50	17	30	5
		x > 50	9	73	5
		Di cui donne	5	25	6
		Di cui < 30 anni	-	-	-
		30 < x < 50	5	18	6
		x > 50	-	7	-
		TASSO DI TURNOVER (%)	3,4%	14,9%	1,8%
		Salute e sicurezza sul lavoro G4-LA6	Tipologia e tasso di infortuni	TOTALE ORE LAVORATE	1.615.899
NUMERO TOTALE INFORTUNI	23			30	19
Di cui uomini	19			22	17
Di cui donne	4			8	2
Da agenti chimici	-			-	-
Di cui uomini	-			-	-
Di cui donne	-			-	-
Da parti meccaniche in movimento	2			1	0
Di cui uomini	2			1	0
Di cui donne	-			-	-
Da ambiente di lavoro	7			11	11
Di cui uomini	6	8	10		
Di cui donne	1	3	1		
Salute e sicurezza sul lavoro G4-LA6	Tipologia e tasso di infortuni	Da altro	4	5	3
		Di cui uomini	4	5	3
		Di cui donne	-	-	-
		In itinere	7	11	5
		Di cui uomini	4	6	4
		Di cui donne	3	5	1
		Numero totale di giornate di lavoro perse	808	793	621
		Di cui uomini	633	469	593
		Di cui donne	175	324	28
		INDICE DI FREQUENZA	1,4	2,0	1,3



INDICATORE		PERFORMANCE			
PRATICHE DI LAVORO		2013	2014	2015	
Formazione G4-LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categorie di lavoratori e per sesso	Formazione funzionale	0	3.548	3.048
		Formazione manageriale	56	6.872	4.880
		Formazione informatica	0	0	0
		Formazione linguistica	50	0	100
		Formazione interaziendale	40	120	96
		Formazione tecnica	9.448	9.587	11.766
		TOTALE ORE DI FORMAZIONE	9.594	20.127	19.890
		Di cui a dirigenti, quadri, impiegati	146	10.540	8.124
		Di cui a operai	9.448	9.587	11.766
		Di cui a contratti a progetto/stage	-	-	-
		TOTALE ORE PRO CAPITE	9,8	23,0	22,7
INVESTIMENTI NELLA FORMAZIONE E NELLO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE (€)	52.460	328.759	274.215		
Valutazione delle performance G4 - LA11	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	Dipendenti che hanno effettuato un colloquio di valutazione (%)	-	97%	94%
		Dipendenti valutati per cui è stato redatto un Piano di Sviluppo (%)	-	70%	70%
INDICATORE		PERFORMANCE			
RELAZIONI COI CLIENTI		2013	2014	2015	
Customer Satisfaction G4 - PR5	Dati e conclusioni sulla Customer Satisfaction	SODDISFAZIONE COMPLESSIVA (%)	36%	-	34%
		Soddisfazione GPL (valori da 1 a 10)	-	-	7,6
		Soddisfazione GNL (valori da 1 a 10)	-	-	-
		Soddisfazione servizio (%)	72%	-	74%





NOTA METODOLOGICA

Come abbiamo scritto questo report



Il presente documento è la quarta edizione pubblica del Report di Sostenibilità di Liquigas e contiene una descrizione delle principali iniziative del 2015, che va dal 1 gennaio 2015 al 31 dicembre 2015, e dei trend di performance del triennio 2013-2015. Laddove disponibili, sono state inoltre incluse le iniziative e i fatti di particolare rilievo dell'anno fiscale 2016 già noti alla data di chiusura del presente documento.

Il report è stato redatto seguendo le "Linee

Guida per il reporting di sostenibilità" nella loro quarta versione, elaborate dalla Global Reporting Initiative (GRI), il modello più diffuso a livello internazionale per la rendicontazione in tema di sostenibilità.

Gli indicatori di performance sono stati raccolti su base annuale; la periodicità di rendicontazione è impostata secondo una frequenza annuale. Il perimetro di rendicontazione è Liquigas S.p.A. ed esclude le società estere controllate e partecipate.

I nostri stakeholder

Nello svolgimento delle proprie attività di business, Liquigas ha relazioni con una molteplicità di interlocutori che, direttamente o indirettamente, possono influenzare od essere influenzati dal raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Per ciascuna categoria di stakeholder, la Direzione di riferimento ha attivato una serie di canali di ascolto finalizzati a monitorare le istanze e le richieste, così da fornire ogni volta una risposta adeguata e tempestiva ai bisogni dei portatori d'interesse.

CATEGORIA DI STAKEHOLDER	DIREZIONE	PRINCIPALI ATTIVITÀ DI ASCOLTO
Clienti	Marketing	Indagini periodiche di customer satisfaction, indagini sui clienti diradanti, focus group, chat sul sito
Dipendenti	HR	Survey tramite intranet, processi di stimolazione delle idee (es. Sustainnovation Hub), tavoli di lavoro tematici, workshop, analisi dei carichi di lavoro, processi di gestione dei collaboratori (es. valutazione prestazioni), riunioni periodiche individuali e collettive
Organizzazioni sindacali	HR	Incontri periodici a tema con delegati aziendali, territoriali, regionali e nazionali
Associazioni di categoria	HR	Workshop e tavoli di lavoro tematici
Autorità locali	SSA	Incontri, workshop, tavoli di lavoro tematici
Vigili del Fuoco	SSA	Relazioni istituzionali, ispezioni, gruppi di lavoro del ministero dell'interno
Enti nazionali e locali (ISPRA, ARPA, ASL)	SSA	Tavoli istituzionali
Azionisti	AFC	Report mensili e annuali, incontri periodici
Gruppo SHV	Internal Audit	Report mensili e annuali, incontri periodici



L'analisi di materialità

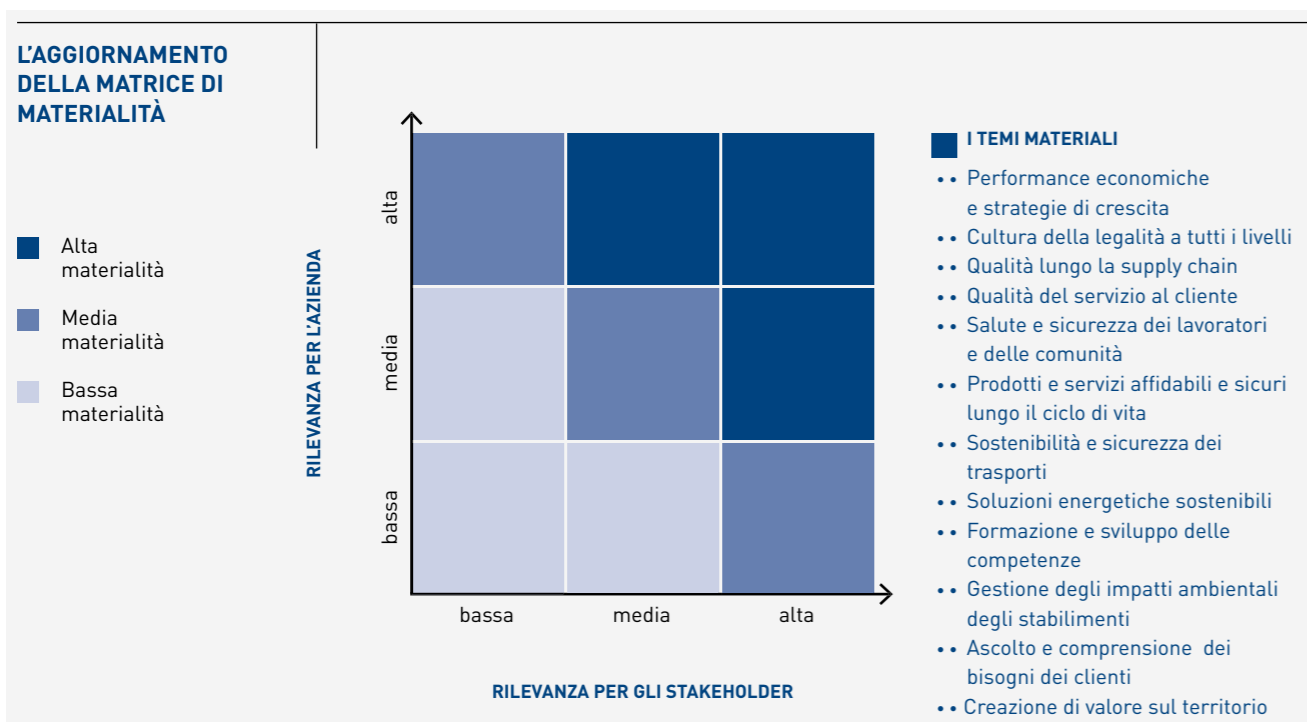
Dal 2014, Liquigas ha deciso di effettuare un'analisi di materialità, coerente con le Linee Guida del GRI-G4 (Global Reporting Initiative). L'analisi, che viene ripetuta ogni anno, si articola in due fasi distinte:

1. Identificazione / aggiornamento dell'universo dei temi: individuazione delle tematiche di sostenibilità più importanti per comprendere il contesto operativo e strategico in cui Liquigas opera e per descrivere i principali impatti ambientali, economici e sociali dell'azienda. Dopo aver individuato, nel 2014, i temi maggiormente rilevanti secondo le linee guida della ISO 26000 e del GRI, nel 2015 Liquigas ha proceduto a una revisione dei temi di sostenibilità, per ricalcare maggiormente le

caratteristiche e le evoluzioni del business.

2. Prioritizzazione dei temi: valutazione delle tematiche in base alla loro rilevanza per il raggiungimento degli obiettivi aziendali (rilevanza interna) e per gli stakeholder (rilevanza esterna). Nello specifico, le tematiche sono state posizionate su una matrice i cui assi misurano la rilevanza interna ed esterna di ciascun tema. Nel corso del 2015 è stato organizzato un workshop di aggiornamento della matrice.

L'analisi ha portato all'identificazione di **12 temi materiali**, sulla cui base, seguendo le Linee Guida GRI-G4, sono stati selezionati gli indicatori GRI da rendicontare nell'ambito di questo report.



Il processo di rendicontazione e le metodologie di calcolo

Al fine di definire i contenuti del report, Liquigas ha coinvolto tutte le funzioni aziendali e si è avvalso del supporto del team italiano Climate Change and Sustainability Services di EY (Ernst & Young).

Riguardo le metodologie di calcolo:

- I benefici ambientali ottenuti dal passaggio da gasolio e BTZ a GPL e GNL, illustrati a pag. 39 e 40, sono stati calcolati da EY sulla base di dati Liquigas, raccogliendo e analizzando i consumi di GPL e GNL, espressi in tonnellate, utilizzati dai nuovi clienti acquisiti nel 2015, suddivisi per tipologia di utenza (domestica e industriale). I consumi di GPL e GNL, una volta convertiti in consumi energetici (espressi in kWh) tramite opportuni fattori di conversione, sono stati poi suddivisi tra gasolio e BTZ in base alle utenze che utilizzavano l'uno o l'altro combustibile. In questo modo è stato possibile stimare i consumi di gasolio e BTZ che sarebbero conseguiti nel caso in cui non si fosse verificato il passaggio dalle fonti tradizionali alle nuove fonti. Una volta ottenuti valori comparabili, in

termini di consumi energetici (in kWh) per le diverse utenze, tra lo scenario progressivo (utilizzo di gasolio e BTZ) e lo scenario attuale (GPL e GNL), si è proceduto al calcolo delle prestazioni ambientali dei due scenari, espresse in termini di emissioni di CO₂, SO₂, NO_x e PM₁₀. Infine, si è desunto il calcolo dei benefici ambientali dovuti dal passaggio da BTZ e Gasolio (scenario progressivo) a GNL e GPL (scenario attuale) nel 2015. La metodologia non tiene conto di ulteriori possibili impatti ambientali (positivi e negativi), quali ad esempio: la fase di end-of-life (es. dismissione e riciclo) degli impianti a gasolio e a GPL e GNL; gli impatti dello stoccaggio di GPL e GNL (es. i consumi energetici legati all'uso di serbatoi criogenici); gli impatti della conversione degli attuali sistemi di distribuzione dell'energia o l'installazione di una nuova infrastruttura per la distribuzione del GNL.

Le fonti dei fattori di emissione utilizzati per effettuare i calcoli sui diversi combustibili in analisi sono elencati nella tabella seguente.

COMBUSTIBILE	FATTORE D'EMISSIONE	FONTE
BTZ	CO ₂ , SO ₂ , NO _x , PM ₁₀	Innovhub-SSI, 2016; ENEA, 2015
GPL	CO ₂ , SO ₂ , NO _x , PM ₁₀	Innovhub-SSI, 2016; ENEA, 2015
GNL	CO ₂ , SO ₂ , NO _x , PM ₁₀	Innovhub-SSI, 2016; ENEA, 2015
Gasolio	CO ₂ , SO ₂ , NO _x , PM ₁₀	Innovhub-SSI, 2016; ENEA, 2015

Per quanto concerne le altre metodologie di calcolo utilizzate, si specifica che:

- il tasso di infortunio è il rapporto fra il numero totale di ore infortuni e il numero totale di ore lavorabili;
- il tasso di turnover è stato calcolato rapportando il numero di dimissioni avvenute nel corso di un anno con il numero medio di dipendenti registrato alla fine di ogni mese dell'anno considerato;
- l'unico gas a effetto serra considerato è il biossido di carbonio (CO₂). Il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra è stato eseguito utilizzando i seguenti fattori di emissione:
 - emissioni dirette (scopo 1): fattori di emissione tratti dalla tabella dei parametri standard nazionali pubblicata dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (ultimo aggiornamento 03/12/2015);
 - emissioni indirette (scopo 2): fattore di emissione tratto da Confronti internazionali Terna su dati Enerdata - dati 2013;
- in riferimento al calcolo dei consumi energetici, sono stati utilizzati i seguenti

valori di conversione, tratti da dalla tabella dei parametri standard nazionali pubblicata dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (ultimo aggiornamento 03/12/2015) con la volontà di uniformare i risultati finali utilizzando la medesima unità di misura (il Giga Joule):

- 1 metro cubo di gas naturale = **35,014 Giga Joule**
- 1 tonnellata di gasolio = **41,152 Giga Joule**
- 1 KWh = **3,6 Mega Joule**
- 1 tonnellata di GPL = **46,110 Giga Joule**

I dati relativi agli anni 2013 e 2014 possono differire leggermente da quelli pubblicati nelle versioni 2013/2014 del report, per effetto del consolidamento dei dati che si sono resi disponibili dopo la pubblicazione delle relazioni stesse.

Per lo stesso motivo, i dati relativi all'anno 2015 costituiscono la migliore stima possibile con i dati disponibili al momento della redazione del presente Report di Sostenibilità.

Tabella GRI in accordance CORE option

INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO	OMISSIONI
GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
Strategia e analisi			
G4-1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	Lettera dell'Amministratore Delegato in apertura del report	
Profilo dell'organizzazione			
G4-3	Nome dell'organizzazione	p. 9	
G4-4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	p. 14-15	
G4-5	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	Ultima pagina	
G4-6	Numero dei Paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei Paesi nei quali l'organizzazione svolge la propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nella relazione sulla responsabilità sociale	p. 9	
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	p. 9	
G4-8	Mercati serviti	p. 9	
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	p. 9; p. 54-55; p. 74	I dati sulla capitalizzazione relativi a debt e equity sono reperibili all'interno del report sulla prestazione finanziaria annuale di Liquigas S.p.A.
G4-10	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo di contratto, inquadramento, distribuzione territoriale e genere	p. 54-55; p. 76	
G4-11	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	p. 77	
G4-12	Descrizione della <i>supply chain</i> (n. fornitori, volumi e mercati di approvvigionamento)	p. 58-59	Mancano i dati relativi all'anagrafica dei fornitori. Al momento le informazioni necessarie per completare la copertura dell'indicatore non sono disponibili. Liquigas si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.



Tabella GRI in accordance CORE option

INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO	OMISSIONI
GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
G4-13	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario e nella <i>supply chain</i> avvenuti nel periodo di rendicontazione	Non applicabile	
G4-14	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	In accordo con quanto richiesto dalla Rio Declaration on Environment and Development del 1992, Liquigas pone in essere una serie di misure precauzionali volte a ridurre il proprio impatto ambientale, anche in assenza di una comprovata evidenza scientifica di suddetto impatto. La prevenzione degli incidenti rilevanti è parte integrante della nuova Politica per la Sostenibilità 2015-2017	
G4-15	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a <i>performance</i> economiche, sociali e ambientali	p. 21	
G4-16	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	p. 21	
Materialità e perimetro del report			
G4-17	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nella relazione sulla responsabilità sociale	p. 82	
G4-18	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti della relazione e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi <i>reporting principles</i>	p. 82	
G4-19	Lista degli aspetti materiali identificati	p. 84	
G4-20	Perimetro interno all'organizzazione di ciascun aspetto materiale	p. 84	
G4-21	Perimetro esterno all'organizzazione di ciascun aspetto materiale	p. 84	
G4-22	Spiegazione degli effetti di qualunque modifica di informazioni inserite nelle relazioni precedenti e le motivazioni di tali modifiche	p. 86	
G4-23	Cambiamenti significativi di obiettivo e perimetro	Non vi sono modifiche significative rispetto alla precedente versione del Report	



INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO	OMISSIONI
GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
Stakeholder engagement			
G4-24	Elenco di gruppi di <i>stakeholder</i> con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	p. 83	
G4-25	Principi per identificare e selezionare i principali <i>stakeholder</i> con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	p. 83	
G4-26	Approccio all'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i>	p. 83	
G4-27	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nella relazione		Al momento le informazioni necessarie per completare la copertura dell'indicatore non sono disponibili. Liquigas si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.
Profilo del report			
G4-28	Periodo a cui si riferisce la relazione sulla responsabilità sociale	p. 82	
G4-29	Data di pubblicazione della relazione sulla responsabilità sociale più recente	p. 82	
G4-30	Periodicità di rendicontazione	p. 82	
G4-31	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sulla relazione sulla responsabilità sociale e i suoi contenuti	Ultima pagina	
G4-32	Scelta dell'opzione " <i>in accordance</i> " e tabella esplicativa dei contenuti della relazione	p. 82	
G4-33	Politiche e pratiche di verifica esterna della relazione sulla responsabilità sociale	Il presente documento non è sottoposto a verifica esterna	
Governance			
G4-34	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo. Comitati coinvolti nelle decisioni su tematiche economiche, ambientali e sociali	p. 18-19	
Etica ed integrità			
G4-56	<i>Mission</i> , valori, codici di condotta, principi rilevanti per le <i>performance</i> economiche, ambientali e sociali, sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	p. 16-17	



Tabella GRI in accordance CORE option

ASPETTI MATERIALI

INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO	OMISSIONI
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE			
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA			
Performance economica			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 61; p. 74	
G4-EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	p. 61; p. 74	
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE			
Energia			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 67	
G4-EN3	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	p. 68; p. 75	
G4-EN6	Riduzione dei consumi di energia	p. 75	
Emissioni			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 67	
G4-EN15	Emissioni dirette di gas a effetto serra (scopo 1)	p. 68; p. 75	
G4-EN16	Emissioni indirette di gas a effetto serra (scopo 2)	p. 68; p. 75	
Rifiuti			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 67	
G4-EN23	Rifiuti prodotti totali per tipologia e metodo di smaltimento	p. 69; p. 75	
Prodotti e servizi			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 67	
G4-EN28	Percentuale di prodotti venduti e relativo packaging riciclati	p. 75	
Trasporti			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 70	
G4-EN30	Impatti ambientali significativi derivanti dal trasporto di prodotti, materiali e persone	p. 70; p. 76	
Generale			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 67	
G4-EN31	Spese e investimenti di protezione ambientale divisi per tipologia	p. 69; p. 76	



ASPETTI MATERIALI

INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO	OMISSIONI
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE			
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE			
PRATICHE DI LAVORO			
Occupazione			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 54-55	
G4-LA1	Numero e tasso di nuove assunzioni e turnover divisi per età e genere	p. 77	
Salute e sicurezza sul lavoro			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 71	
G4-LA6	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, suddivisi per area geografica e per genere	p. 71; p. 78	Non sono forniti dati su malattie professionali e assenteismo. Al momento le informazioni necessarie per completare la copertura dell'indicatore non sono disponibili. Liquigas si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.
Formazione e istruzione			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 56-57	
G4-LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	p. 57; p. 79	Il dato non è suddiviso per genere. Al momento le informazioni necessarie per completare la copertura dell'indicatore non sono disponibili. Liquigas si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.
G4-LA11	Percentuale di dipendenti che ha ricevuto periodicamente valutazioni di performance e di sviluppo di carriera, divisi per genere e tipologia d'impiego	p. 79	



Tabella GRI in accordance CORE option

ASPETTI MATERIALI

INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO	OMISSIONI
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE			
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE			
Anti-corruzione			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 16-17	
G4-S04	Comunicazione e formazione su politiche e procedure anti-corruzione	p. 16-17	
Comportamenti anti-concorrenziali			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 16-17	
G4-S07	Numero di azioni legali dovute a comportamenti anti-concorrenziali, anti-trust e pratiche monopolistiche e relativi esiti	p. 16-17	
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO			
Salute e sicurezza dei consumatori			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 42-45	
G4-PR1	Percentuale di categorie di prodotto e servizio significative su cui sono state effettuate verifiche per il miglioramento degli impatti su salute e sicurezza	Liquigas effettua controlli preventivi su tutti i serbatoi e le bombole che immette sul mercato.	
Etichettatura di prodotti e servizi (labeling)			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 52-53	
G4-PR5	Risultato dei sondaggi che misurano la soddisfazione dei consumatori	p. 79	
Compliance			
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	p. 16-17	
G4-PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	Nel corso dell'anno non sono state registrate sanzioni	

Note

COORDINAMENTO EDITORIALE

Donatella Squellerio
Responsabile Marketing
dsquellerio@liquigas.com

Simone Cascioli
Responsabile Sicurezza
Salute e Ambiente
scascioli@liquigas.com

REDAZIONE

A cura di EY S.p.A.
Climate Change
and Sustainability Services

PROGETTO CREATIVO

Blue Dog



Liquigas S.p.A.
Via G.A. Amadeo, 59
20134 Milano
liquigas.com

sostenibilita.liquigas.it

LIQUIGAS
Da sempre l'energia di domani

SOMMARIO

Lettera agli Stakeholders	2
01 CHI SIAMO	 5
1.1 Numeri da leader	10
1.2 La nostra energia	14
1.3 I nostri valori	16
1.4 Il governo e la gestione aziendale	18
1.5 L'approccio alla sostenibilità	20
02 CREARE VALORE PER IL TERRITORIO	 23
2.1 Energie al servizio della comunità	26
2.2 La valutazione degli impatti diretti, indiretti e indotti	28
03 RISPONDERE AI BISOGNI DEL CLIENTE	 31
3.1 Sostenibilità e sicurezza dei prodotti: due esigenze emergenti	34
3.2 Soluzioni energetiche sostenibili	37
3.3 La sicurezza dei prodotti e dei servizi	42
04 RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ	 47
4.1 Il 2015: un anno di decisioni strategiche	50
4.2 L'attenzione per la qualità del servizio e per l'ascolto	52
4.3 I collaboratori come motore del cambiamento	54
4.4 La promozione della qualità lungo la catena di fornitura	58
4.5 Il valore generato e distribuito	61
05 AGIRE IN MODO RESPONSABILE	 63
5.1 La tutela dell'ambiente nelle scelte aziendali	67
5.2 La salute e la sicurezza dei lavoratori e delle comunità	71
06 LE PERFORMANCE ECONOMICHE, AMBIENTALI E SOCIALI	 73
NOTA METODOLOGICA	 81
7.1 Come abbiamo scritto questo report	82
7.2 I nostri stakeholder	83
7.3 L'analisi di materialità	84
7.4 Il processo di rendicontazione e le metodologie di calcolo	85
7.5 Tabella GRI in accordance CORE option	87